

DOUTORADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

VERA MARIA GUIMARÃES

A MODERNIDADE E OS ENCONTROS TURÍSTICOS:
TURISTAS NA BARRA DA LAGOA

Orientador: Professor Doutor Héctor Ricardo
Leis

Co-Orientadora: Professora Doutora Carmen
Silvia Rial

Florianópolis, 2006

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DOUTORADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

VERA MARIA GUIMARÃES

A MODERNIDADE E OS ENCONTROS TURÍSTICOS:
TURISTAS NA BARRA DA LAGOA

Tese apresentada para a obtenção de título de
Doutora em Ciências Humanas

Orientador: Professor Doutor Héctor Ricardo
Leis

Co-Orientadora: Professora Doutora Carmen
Silvia Rial

Florianópolis, 2006



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas/Doutorado

“A MODERNIDADE E OS ENCONTROS TURÍSTICOS: turistas na Barra da Lagoa”

**Por
Vera Maria Guimarães**

**Orientador Prof. Dr. Héctor Ricardo Leis
Co-orientadora Profa. Dra. Carmen Sílvia Rial**

Esta tese foi submetida ao processo de avaliação pela Banca Examinadora para obtenção do título de *Doutor em Ciências Humanas* e aprovada em sua forma final no dia 18 de abril de 2006, atendendo as normas da legislação vigente do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas/Doutorado.

Profa. Dra. Carmen Sílvia Rial – Coordenadora do Programa

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Héctor Ricardo Leis (orientador e presidente)

Profa. Dra. Cornélia Eckert

Prof. Dr. Flávio Leonel Abreu da Silveira

Prof. Dr. Selvino José Assmann

Profa. Dra. Luzinete Simões Minella

AGRADECIMENTOS

Gostaria de, em primeiro lugar, agradecer a meus orientadores, Héctor e Carmen. A Héctor, em especial, por aceitar mais este projeto, tendo já me orientado anteriormente, e à Carmen, por disponibilizar-se a contribuir prontamente, desde o momento em que me apresentei com meus propósitos. Agradeço a atenção e o estímulo de vocês! Também agradeço as oportunidades decorrentes desse processo, em especial, poder compartilhar este trabalho com a colega Antropóloga Márcia. Obrigada Márcia pelas trocas e pelo apoio!

Agradeço aos professores do Programa Interdisciplinar em Ciências Humanas, assim como aos colegas de curso, que tive a oportunidade de conhecer, adquirir e compartilhar conhecimentos. Também agradeço o apoio do pessoal da secretaria, em especial, à Liana, sempre solícita e atenciosa.

Agradeço o apoio institucional da Universidade de Caxias do Sul, em seu programa de qualificação de professores. Também agradeço aos colegas do Centro de Ciências Humanas e Comunicação da UCS, que compartilharam deste processo, assim como a meus colegas do Departamento de Sociologia, também amigos, em especial, a Ramone, Maria Clara, João Ignacio e Carlos Henrique, este último não mais trabalhando conosco, mas também partícipe desse processo.

Agradeço à minha família, em especial, à minha mãe, que sempre apoiou meus estudos. Obrigada também aos meus amigos que me acompanharam nessa trajetória, que, felizmente, são vários, e espero que todos se sintam representados neste agradecimento, amigos de São Leopoldo, Porto Alegre, Novo Hamburgo, Caxias do Sul e Florianópolis. Também agradeço à Jaqueline, pelo seu trabalho.

Resumo

Esta pesquisa tem como tema a modernidade e o turismo. O turismo pode ser compreendido como um fenômeno constituinte da modernidade, a partir das particularidades da experiência moderna. Atualmente, tem sido uma das atividades econômicas que mais cresce no mundo. Entretanto, independentemente dos aspectos econômicos relacionados ao turismo, há outras dimensões do fenômeno turístico que têm sido investigadas no campo das Ciências Humanas, onde se encontram diferentes áreas de conhecimento em suas distintas formas de percepção do fenômeno turístico. Ao mesmo tempo, a categoria de análise turismo tem sido problematizada pelos estudiosos, e o tema tem suscitado abordagens mais interdisciplinares. Nesse contexto, parte-se do entendimento do significado do turismo como fenômeno a ser compreendido a partir da condição moderna e de seus reflexos em nossas sociedades contemporâneas. Busca-se, nesse sentido, resgatar certas dimensões da modernidade, assim como as formas pelas quais o turismo tem sido tratado no debate acadêmico, visando contribuir para este debate nas Ciências Humanas, em especial, nas Ciências Sociais. Entretanto a própria problematização da categoria turismo passa pela necessidade de investigações empíricas. Nesse sentido, o turismo pode ser entendido como uma forma de experiência concretizada pelas práticas turísticas. Assim, a figura do “turista” é um elemento central da constituição do fenômeno turístico e representa elementos da experiência moderna contemporânea, associados à subjetividade. Para tratar dessas questões teóricas e empíricas, pesquisou-se uma das formas pelas quais tem-se constituído a experiência turística, que é a visitação a balneários, que apresenta uma história particular associada à modernidade e ao turismo. No caso do Brasil, o turismo nas praias é uma das principais manifestações das práticas turísticas, contexto em que cidades como Florianópolis-SC têm sido cenário de crescente fluxo de turistas e também objeto de investigação acadêmica, assim como

institucional. Como espaço turístico em Florianópolis, foi escolhida a praia da Barra da Lagoa. Busca-se, assim, também contribuir nos estudos sobre turismo em Florianópolis, a partir das particularidades da Barra da Lagoa como local turístico. Para tal, adotamos a concepção de “encontros turísticos”, enquanto um conjunto de elementos diversos associados aos sentimentos e envolvendo a relação com pessoas, lugares, natureza e *self*. Como resultado, pode-se pensar o turismo como práticas que se constituem de pequenos encontros com os sentimentos e com o *self*. Os “encontros turísticos” incluem os encontros do turista consigo mesmo, ou com o *self*. Florianópolis e a Barra da Lagoa são locais onde se manifestam essas experiências subjetivas e que têm abarcado diversos tipos de “encontros turísticos”.

Palavras-chave: modernidade, encontros turísticos, turistas, Barra da Lagoa

ABSTRAC

The subject of this research is modernity and tourism. Tourism can be understood as a phenomenon that constitutes modernity considering particularities of modern experience. Currently it is one of the fastest growing economic activities. However, regardless of economic aspects related to tourism, there are other dimensions of the tourist phenomenon that have been investigated in the field of Human Sciences, presenting different areas of knowledge in their distinct forms of perception of the tourist phenomenon. At the same time, scholars have problematized "tourism" as an analysis category, and the subject has aroused rather interdisciplinary approaches. In this context, we start from the awareness of the meaning of tourism as a phenomenon to be understood from the modern condition, and of its reflexes in our contemporary societies. In this sense, we try to recover certain dimensions of modernity, as well as the forms through which tourism has been dealt with in the academic debate, aiming at contributing to this debate in Human Sciences, but especially in the Social Sciences. Yet problematizing the category "tourism" itself involves the need for empiric investigation. In this sense, tourism can be understood as a form of experience concretized by tourist practices. So the figure of the "tourist" is a central element in the constitution of the tourist phenomenon, and represents elements of the contemporary modern experience associated to subjectivity. In order to deal with such theoretical and empirical matters, we have investigated one of the forms that have constituted the tourist experience, which is visiting beach resorts, presenting a particular history associated with modernity and tourism. In the case of Brazil, beach tourism is one the main manifestations of tourist practices, a context in which cities such as Florianópolis (SC - Brazil) has been the scenario of a growing flow of tourists, and also the object of both academic and institutional investigation. The beach resort Barra da Lagoa, Florianópolis, was chosen as the tourist space. The aim of this choice is to contribute to studies on tourism in Florianópolis starting from the particularities of the Barra da Lagoa as a tourist place. For such we have adopted the conception of "tourist encounters" as a set of diverse elements associated to feelings and involving the relationship with people, places, nature and the *self*. As a result we can think of tourism as practices consisting of small encounters with feelings and with the *self*. "Tourist encounters" include the encounter of the tourist with himself/herself or with the *self*. Florianópolis and Barra da Lagoa are places where such subjective experiences take place, and which have encompassed several kinds of "tourist encounters".

Key words: modernity; tourist encounters; tourists; Barra da Lagoa

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 A MODERNIDADE E A CONSTITUIÇÃO DO TURISMO.....	19
1.1 A modernidade e a experiência contemporânea.....	19
1.1.1 As condições contemporâneas da modernidade.....	28
1.2 As viagens como parte da dimensão humana e o turismo como experiência moderna	42
1.2.1 A modernidade e a transformação da praia em objeto de desejo e atração turística.....	53
2 A CATEGORIA “TURISMO” COMO OBJETO DE INVESTIGAÇÃO E SUAS FORMAS DE ANÁLISE	64
2.1 Turismo e Ciências Sociais.....	64
2.1.1 A questão da “autenticidade” <i>versus</i> “inautenticidade” dos atrativos turísticos.....	66
2.1.2 O turismo como mecanismo de evasão do cotidiano.....	78
2.1.3 As tipologias socioantropológicas sobre o turista.....	85
2.1.4 O turismo e o contraste entre culturas: a questão do colonialismo.....	90
2.1.5 O turismo moderno e o turismo pós-moderno.....	94
2.1.6 O turismo e as questões subjetivas: espacialidade corpo/espço e <i>self</i>	106
2.2 As análises do turismo no Brasil.....	115
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS: ENCONTRANDO MEU “OBJETO”	121
3.1 A “Ilha” como objeto de estudo: os estudos sobre o turismo em Florianópolis.....	123
3.1.1 Florianópolis e o litoral catarinense: modernização e turismo.....	131
3.1.2 A Barra da Lagoa e o turismo.....	149
3.2 Dialogando com os turistas: reflexões sobre o trabalho de campo/metodologia.....	159
4 ENCONTROS TURÍSTICOS: ENCONTROS COM OS SENTIMENTOS.....	170
4.1 Os turistas e as representações sobre a ilha.....	170
4.2 Encontrando a Barra da Lagoa.....	179
4.2.1 O que os turistas encontram na Barra da Lagoa.....	187
4.2.1.1 Encontros com uma rotina.....	192
4.2.1.2 Encontros com o mar e a natureza.....	196
4.2.1.3 Encontros com a paisagem: o olhar fotográfico.....	200

4.2.1.4 Encontros com as práticas e significados das compras.....	213
4.2.1.5 Encontros com o paraíso.....	216
4.2.1.6 Encontros com os sentimentos.....	220
CONCLUSÃO.....	231
REFERÊNCIAS	237
APÊNDICE.....	250

INTRODUÇÃO

O tema das viagens tem sido recorrente na história. As viagens são, cada vez mais, parte da vida em sociedade, seja em atividades reais, seja em imaginárias. O uso de drogas, o xamanismo, a literatura, os filmes, o deslocamento geográfico produzem “viagens” de diferentes tipos. Algumas dessas viagens são mais institucionalizadas e incentivadas pela sociedade. O turismo é um desses casos, e a viagem empreendida ocorre através do deslocamento geográfico. Em sociedades contemporâneas, em certos períodos e momentos da vida de muitas pessoas, em particular, de pessoas que dispõem de algum tempo e de algum dinheiro, elas desempenham o papel de turistas.

Há um certo consenso, entre os analistas em geral, de que o turismo é uma das atividades, que, do ponto de vista econômico, mais cresce no mundo¹. Isso indica que essa atividade tem a sua importância na sociedade contemporânea e, por decorrência, é um fenômeno que merece investigação. Nesse contexto, é possível observar-se que a constante necessidade de deslocamento está presente na sociedade globalizada/mundializada² como nunca. De uma certa forma, neste início de século, percebe-se uma sociedade de “andarilhos”, pois o que caracteriza o contexto atual de globalização/mundialização tem sido, dentre outros

¹ Tendo em vista uma conjuntura não muito positiva no campo do turismo, pós-atentados de 11 de setembro de 2001, segundo o Secretário Geral da Organização Mundial de Turismo (OMT), Francesco Frangialli, em 2002 o número de turistas voltou a crescer, com um total de 715 milhões de viajantes, que geraram uma receita de US\$ 473 bilhões, conforme consta em matéria do Le Monde, de François Bostnavaron, A nova cara do turismo mundial (UOL Mídia Global, 27.09.2003). Também Augusto Huéscar, Chefe do Departamento de Estudos de Mercado e Técnicas de Promoção da Organização Mundial de Turismo declarou (jun./04) que os viajantes “[...] recuperaram a confiança, e a indústria e o setor turístico dirigem-se para uma forte recuperação em 2004, frente aos pobres resultados dos últimos anos (tradução nossa)” (http://www.world-tourism.org/espanol/newsroom/Releases/2004/junio/data_sp.htm Acesso em: 13 jul. 2004).

² Encontram-se, na literatura corrente das Ciências Sociais, tanto o termo “globalização”, originalmente mais utilizado na literatura inglesa e na norte-americana (Held e McGrew, Giddens, Beck, Bauman, dentre outros), como também o termo “mundialização”, mais utilizado pelos franceses.

aspectos, o movimento acelerado de capitais, pessoas e mercadorias. Zigmund Bauman (1999a), por sua vez, coloca a possibilidade de que todos podem se tornar andarilhos, “de fato ou em sonho”, de acordo com o grau de liberdade de que dispõem.

No âmago dessas transformações, os analistas também se referem ao fenômeno da desterritorialização³ e reterritorialização, enquanto reorganização veloz dos espaços físicos e sociais/simbólicos. Novas atividades econômicas têm contribuído para essas transformações, contexto no qual se insere o turismo.

Em relação às análises sobre o turismo, esse tem sido um tema de investigação que pode ser encontrado em diferentes áreas, predominantemente, no campo das Ciências Humanas, sendo o turismo considerado um fenômeno social. Contudo, cada vez mais, o turismo tem sido apresentado pelos estudiosos como um fenômeno que requer estratégias de investigação interdisciplinares.

No caso da academia brasileira, os estudos sobre turismo, nas Ciências Humanas, ainda são incipientes em comparação a outros temas de investigação, mas também é preciso reconhecer que o interesse pelo tema vem crescendo entre os pesquisadores. Além disso, o turismo como objeto de estudo, tem uma história recente, correspondendo às transformações das sociedades industriais no pós 1945.

No Brasil, constata-se que o fenômeno turístico tem interessado pesquisadores de várias áreas das Ciências Humanas, além dos “turismólogos”, em especial. Assim, pode-se encontrar diversos tipos de abordagens sobre o turismo provenientes de várias áreas de conhecimento. Entretanto esse é ainda um campo de pesquisa pouco legitimado e sistematizado academicamente, pelo menos, relativamente ao que se observa na América

³ Segundo Ortiz (1999), a desterritorialização refere-se às formas como o espaço estaria sendo reconfigurado, e, nesse sentido, não se coloca apenas uma perspectiva do espaço físico, mas também do social. A desterritorialização, nesse contexto, seria um princípio básico da modernidade, assim como a mobilidade — de indivíduos, força-de-trabalho, mercadorias, etc.

Latina, nas Ciências Sociais⁴. Nesse contexto, mesmo que exista maior interesse na “natureza interdisciplinar” do fenômeno turístico, isso não implica encontrarmos o predomínio de estudos interdisciplinares nessa área. No Brasil, nos últimos anos, têm crescido os debates sobre a questão da interdisciplinaridade no meio acadêmico, mas ainda de forma insipiente.

Desde já, podemos considerar que a definição de “interdisciplinaridade” é controversa. Leis (2005, p. 5), por exemplo, critica a tendência homogeneizadora da teorização sobre o tema, afirmando que não é possível estabelecer um único conceito. Para o autor, a interdisciplinaridade pode ser entendida como “uma reação alternativa à abordagem disciplinar normalizada (seja no ensino, seja na pesquisa) dos diversos objetos de estudo. Existem sempre, portanto, várias reações interdisciplinares possíveis para um mesmo desafio do conhecimento” (Leis, 20005, p.5).

No caso do turismo, verifica-se que as distintas Ciências Humanas abordam essa temática a partir de um campo disciplinar, constituindo, por exemplo, uma geografia do turismo, uma antropologia do turismo, uma sociologia do turismo, etc. Por outro lado, desenvolve-se uma ciência do turismo, como campo autônomo no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas. Frente a todas essas questões, alguns estudiosos têm problematizado a categoria de análise turismo tanto em relação ao seu tratamento acadêmico como em relação às características do que venha a ser o turismo empiricamente. Rojek e Urry (2000), por exemplo, questionam a autonomia do objeto de estudo — turismo — , ao mesmo tempo em que buscam criticar o “economicismo” como forma predominante de se pensar o turismo. De

⁴ O campo do turismo, como campo de pesquisa acadêmica, ainda é relativamente recente, comparado a outros tipos de estudos, pois o próprio fenômeno turístico, enquanto fenômeno social mais amplo, se disseminou a partir da década de 40, após a Segunda Grande Guerra. Segundo Sousa (1994) , o turismo passou a ser “objeto de estudo” no período entre guerras, em países como Suíça, França, Grã-Bretanha e Alemanha, inicialmente, como ciência auxiliar da Economia, na análise do movimento de “forasteiros”. No caso do Brasil, algumas reflexões contemporâneas sobre a relação turismo e Ciências Sociais, em especial, na Antropologia, podem ser encontradas em: Banducci Jr. e Barreto (2001) e Barreto (2000; 2003).

acordo com eles, o predomínio de um olhar mais economicista sobre o tema perde de vista o caráter sociocultural que está na base do fenômeno turístico.

Além de Rojek e Urry, outros pesquisadores também têm questionado o que venha a ser o fenômeno turístico de fato, pois reconhecem que a sociedade contemporânea tem passado por transformações mais globais, as quais têm afetado o caráter das práticas turísticas e, mais do que isso, colocado o turismo num novo patamar de importância social, enquanto reflexo de um conjunto de novas condições de mobilidade, num contexto de crescimento de fluxos de pessoas e objetos. Essa dinâmica contribui, cada vez mais, para “misturar” eventos e culturas, a partir das relações local/global e de seus paradoxos.

Os aspectos até aqui levantados fizeram-se presentes quando se resolveu pesquisar, a partir de uma bagagem, inicialmente, mais sociológica, o tema do turismo. Pensou-se que uma das possibilidades de encarar esse tema era investigar seu eixo central, ou seja, a figura do turista, partindo-se do universo descrito por Urry (1996), enquanto “olhar do turista”. Contudo, desde o início, era sabido que um “olhar” sociológico não seria o suficiente para descrevermos alguma coisa sobre o turismo. Também havia a impressão de que o turismo descrito pela literatura é muito mais “glamuroso” do que o turista que, muitas vezes, encontramos, posto que o turismo costuma ser associado a longas distâncias e ao que é “exótico”, privilegiando-se o turismo internacional. Entretanto observam-se, em muitas comunidades, pessoas visitando lugares e recebendo visitantes que estão muito próximos entre si, ou em termos da distância geográfica entre origem e destino ou em termos culturais. O turismo em balneários é um exemplo que reflete esse tipo de situação.

Embora a Organização Mundial de Turismo (OMT)⁵ estabeleça critérios para designar que tipo de viagem deva ser considerada turística, acredita-se que isso pode muito mais ser

⁵ A concepção de turismo da OMT (WTO) pode ser encontrada no seu site: http://www.world-tourism.org/espanol/statistics/tsa_project/basic_references/castellano/A.1.1.1... Acesso em: 13 jul. 2004.

encarado como um recurso técnico, importante para estatísticas econômicas, do que critérios que possam captar o fenômeno turístico em sua complexidade, do ponto de vista empírico.

Ao nos deparamos com o “turismo de praia”, comum em várias localidades no Brasil e em outros países, percebemos algumas dificuldades de se delimitar o turismo do não-turismo, na medida em que não se opta por entrar na discussão da chamada segmentação do mercado turístico, em que se torna mais precisa a identificação de turistas e não-turistas. Relativamente à segmentação de mercado, várias terminologias têm sido utilizadas pelas instituições e pelos pesquisadores para diferenciar o tipo de turismo praticado, tendo em conta as motivações dos turistas e os cenários onde os eventos se desenrolam (turismo ecológico, turismo religioso, turismo de negócios, etc.). Num cenário mais amplo, é possível observar diversos tipos de fluxos de pessoas mundo afora, que, cada vez mais, se confundem entre si, e, dentro desse contexto, as fronteiras do turismo e do não-turismo parecem ser mais tênues.

Tendo em vista todos esses elementos até aqui indicados, é que se constrói o objeto de estudo deste trabalho. O tema é o turismo e a forma como essa categoria vem sendo pensada no campo das Ciências Humanas, em especial, nas Ciências Sociais, frente ao crescimento do turismo mundial. Essa é uma discussão teórica, mas problematizar o turismo como objeto de estudo também requer observá-lo empiricamente. O turismo, empiricamente, só pode ser pensado, se houver práticas turísticas, portanto, pessoas que fazem turismo, ou seja, os turistas. É a partir desse aspecto que se buscou verificar o significado do turismo, em nossas sociedades contemporâneas. Ou seja, no quadro das teorias sociais, que possibilidades de interpretação podem ser encontradas para a compreensão do turismo e dos turistas? E, empiricamente, o que significa para as pessoas “fazer turismo”? Que aspectos da condição contemporânea estão associados ao turismo? O fenômeno do turismo pode ser compreendido a partir da própria condição moderna?

Essas questões não são novas, entretanto os cientistas sociais brasileiros pouco ainda as investigam e problematizam o fenômeno turístico. O debate sobre o turismo tem crescido muito mais em torno de seus aspectos técnicos e de mercado, mas essa não é a dimensão a ser problematizada aqui, pois, justamente, se parte do princípio da necessidade de os cientistas sociais entrarem de forma mais incisiva nessa discussão.

Desse modo, um dos objetivos deste trabalho é contribuir para os debates acadêmicos em torno do turismo nas Ciências Humanas, em especial nas Ciências Sociais. Busca-se resgatar teorias sobre o turismo no campo das Ciências Sociais, assim como teorias sociais que possibilitem dialogar com o tema. Desse modo, utilizar-se-ão alguns estudos e reflexões encontrados nas teorias sociais e na literatura sobre turismo, principalmente, no campo da Sociologia, da Antropologia e da Geografia Humana.

Autores como Zigmunt Bauman, por exemplo, articulam, a partir de um olhar mais interdisciplinar, os temas da modernidade e suas conseqüências com a condição humana contemporânea, através das dimensões da mobilidade e do significado do turismo nesse contexto. No campo da Antropologia do Turismo e da Geografia do Turismo, também encontramos algumas discussões que refletem questões dessa natureza. Abram, Waldren, MacLeod (1997) e Crouch (2001) representam, dentre outros, um conjunto de discussões que refletem as novas condições da modernidade contemporânea, onde as categorias turismo/turista é problematizada a partir da concepção do que se poderia chamar “encontros turísticos”.

Nesses estudos, o turismo é visto como um processo, onde é criticado o predomínio da visão desse fenômeno como um negócio, onde prevalecem as questões de ordem econômica ou de planejamento. Nesse contexto, os pesquisadores comentam que ainda é incipiente a visão do turismo em torno de um conjunto de relações sociais que poderiam ser agrupadas dentro dos “encontros turísticos”.

Além dessas questões, autores como Deforges (2000) afirmam que os turistas são pouco ouvidos nas pesquisas, onde, em geral, poucos estudos falam do que a viagem significa para os turistas. Muitas vezes, eles não são adequadamente representados parecendo serem mais uma figura mítica inventada para a discussão acadêmica (ibid).

Essas problematizações também implicam uma abordagem mais subjetiva da condição moderna de homens e mulheres de nosso tempo, em torno das experiências que povoam essa subjetividade, o “eu”, ou o “*self*”. Nessa perspectiva, encontram-se reflexões que envolvem as práticas turísticas e que também as transcendem. Assim, modernidade, subjetividade e turismo são dimensões que compõem a condição humana contemporânea.

Do ponto de vista empírico, para contribuição às reflexões pretendidas, foi escolhido o “turismo de praia”, considerando-se que a praia é o cenário mais comumente freqüentado por turistas no Brasil, tendo em vista nosso extenso litoral. A praia é também um cenário tradicional nas práticas turísticas mundiais, no sentido de conter sua própria história. Contudo nem todas as praias atraem turistas em grande quantidade, ou são consideradas “turísticas”. Nesse sentido, algumas cidades litorâneas são consideradas turísticas e têm sido objeto de investigação em torno do turismo.

Florianópolis, no Estado de Santa Catarina, é uma dessas cidades que têm sido objeto de investigação acadêmica e também institucional, em função do crescente fluxo de turistas. Florianópolis, contudo, não é uma praia, mas uma cidade composta de inúmeras praias, cada qual com suas particularidades, e é também uma ilha. A cidade tem sido alvo de pesquisas relacionadas ao turismo, e os estudos têm apontado que a ilha tem sofrido rápidas transformações, em grande parte associadas ao turismo. Contudo ainda pouco se pesquisa sobre como ocorre o turismo em certas localidades e sobre os turistas que, de fato, possibilitam essa dinâmica turística. Há certas praias, onde há maior fluxo de turistas do que em outras e onde já existe uma “tradição” de espaço turístico, no sentido de receber/hospedar

turistas todos os anos. Em função desses elementos, a medida em que o objeto de estudo deste trabalho enfoca o “turista”, foi escolhida a praia da Barra da Lagoa.

Outras questões, então, podem ser suscitadas: quais os aspectos sobre o turismo em Florianópolis que têm sido pesquisados? Como se insere a Barra da Lagoa nesse contexto, em particular, como local turístico? E como a Barra da Lagoa, enquanto parte da ilha de Florianópolis, representa dimensões da modernidade contemporânea? Quais são? Que tipos de turistas encontramos nesse cenário? Que sentido os turistas imprimem à sua condição de “ser turista” num dado momento e num dado lugar?

Parte-se da concepção do turismo enquanto um elemento constituinte da modernidade. Sua compreensão implica a percepção de um conjunto de práticas associadas a dinâmicas socioculturais específicas, fundamentadas na experiência moderna e em suas transformações, assim o turismo constitui-se enquanto um conjunto de experiências que se dão em certos contextos e lugares. Podemos chamar essas experiências de “encontros” e, nesse sentido, são “encontros turísticos”, os quais se constituem de um conjunto de elementos marcados pelas sensações, traduzidas na forma de sentimentos, envolvendo a relação com pessoas, lugares, natureza e “self”.

Do ponto de vista empírico, foram realizadas 22 entrevistas, na praia da Barra da Lagoa, com turistas, durante o verão de 2003, predominantemente, no mês de janeiro. Acrescentam-se a isso, observações e troca de informações de pesquisa, através do compartilhamento de alguns momentos do trabalho de campo com outra pesquisadora. Também foram organizadas algumas imagens, através da fotografia.

A estrutura deste trabalho está dividida em quatro capítulos, sendo que, nos dois primeiros, são apresentadas questões teóricas e, nos dois últimos capítulos, apresenta-se o objeto de estudo empiricamente, incluindo dimensões teóricas de abordagem. No Capítulo 1, destacam-se algumas características da modernidade e do desenvolvimento do turismo como

um elemento constituinte da modernidade, situando o turismo historicamente e suas particularidades, como prática de viagem. Também se situa a praia como local de transformação na modernidade e cenário turístico. No Capítulo 2, busca-se apresentar um quadro geral, no campo das Ciências Sociais, em torno das formas de análise do turismo, que podem ser agrupadas sob determinadas concepções. No Capítulo 3, apresenta-se o “objeto de estudo”, em termos de sua construção empírica, buscando-se uma sistematização sobre os estudos do turismo em Florianópolis, a inserção da Barra da Lagoa nesse contexto, e os aspectos relativos ao trabalho de campo. No Capítulo 4, descrevem-se as falas dos turistas em torno de elementos que compunham as indagações feitas, assim como as dimensões que emergem dessas indagações, para que se possa reconsiderar questões da modernidade contemporânea presentes nas práticas turísticas.

Busca-se, desse modo, agrupar abordagens distintas sobre o turismo, considerando-se, em especial, as abordagens mais subjetivas, associadas às condições contemporâneas da modernidade, de crescimento da mobilidade e dos fluxos de pessoas mundo afora.

1 A MODERNIDADE E A CONSTITUIÇÃO DO TURISMO

1.1 A modernidade e a experiência contemporânea

O entendimento do fenômeno do turismo, da forma como se pretende caracterizar aqui, implica situá-lo enquanto um fenômeno constituinte da modernidade. O turismo enquanto um fenômeno moderno é tema recorrente na literatura, mas essa perspectiva não é consensual. Nesse sentido, o turismo, como fenômeno presente no mundo contemporâneo, costuma ser considerado um fenômeno moderno, isto é, com origem em certos eventos que configuraram a modernidade, embora encontram-se autores que entendem que a origem do turismo é anterior à modernidade, considerando-se a história das viagens, desde as sociedades antigas, como Grécia e Roma, assim como as transformações delas resultantes. Porém toma-se aqui como pressuposto que o turismo é um fenômeno moderno, que apresenta particularidades que o distinguem do caráter das viagens que precedem as sociedades pré-modernas.

Nesse contexto, considerar-se-ão alguns elementos do que se entende por modernidade, discussão necessária para a delimitação do fenômeno turístico em suas especificidades, considerando-se que a modernidade implica formas de experiência do mundo.

Em linhas gerais, uma das formas pelas quais a modernidade pode ser entendida é o fato de que se trata de uma construção teórica a cerca de um período histórico e do significado dos eventos que o acompanham, desencadeados no Ocidente e pensados a partir de uma ótica ocidental. Trata-se de uma forma de se pensar o mundo, a partir do período Iluminista, no final do século XVII, desdobrando-se em mudanças importantes como aquelas trazidas pelo

processo de industrialização, no século XIX, e idéias vinculadas ao progresso da sociedade. Entretanto a modernidade não se encontra apenas no plano das idéias, mas também se encontra em formas de ação social.

É necessário, porém, num primeiro momento, a distinção entre os termos “moderno” e “modernidade”⁶. Habermas (1984) refere-se à origem da palavra “moderno”, como tendo sido usada, pela primeira vez, em sua forma latina (*modernus*), ao final do século V. Naquele momento, tratava-se de se distinguir o cristianismo de um passado romano pagão, aparecendo, nessa situação, a comparação de um “presente” e de um “passado”, de um “velho” e de um “novo” conteúdo (ibid).

O contraste entre o velho e o novo, o presente e o passado, caracterizando o que é moderno, estendeu-se à concepção de modernidade. O moderno diz algo sobre a modernidade, mas esta vai além do entendimento do que seja moderno. Segundo Baudrillard (1985)⁷ o adjetivo “moderno” tem uma história mais longa do que o adjetivo “modernidade”. Enquanto é comum, em diversos contextos culturais, a distinção entre antigo e moderno, a modernidade não se encontra em toda a parte. Baudrillard refere-se a uma concepção de modernidade enquanto um modo de civilização que se difunde a partir do Ocidente e que se opõe à tradição. Acrescenta ainda que a modernidade, enquanto um conceito, implica renovação contínua, tendo conteúdos e formas estáveis, enquanto um sistema de valores.

Cronologicamente, a modernidade iniciou-se na Europa, depois do século XVI, e encontrou sua forma acabada no século XIX (Baudrillard, 1985). Nesse período,

⁶ Um dos termos recorrentes associado a “moderno” e a “modernidade” é o termo “modernização”. A modernização, entretanto, não é sinônimo de modernidade e costuma ser utilizada nas Ciências Sociais com referência aos processos de desenvolvimento das sociedades industriais. Seu uso expandiu-se, a partir dos anos 50, em particular nos EUA, para marcar um conjunto de mudanças sociais trazidas pelo desenvolvimento econômico, onde expressões como “países desenvolvidos” e “países subdesenvolvidos” passaram a ser utilizadas nesse contexto, assim como a idéia de desenvolvimento por etapas e a comparação entre países para a avaliação de seu grau de desenvolvimento, ou grau de modernização (ver Silva, 1986). Cabe considerar que o termo “modernização” popularizou-se, ao longo das décadas, não só academicamente, como no senso comum.

⁷ Também utilizam-se aqui, sobre Baudrillard (1985) as anotações de Carmen Rial.

encontram-se mudanças fundamentais, como o Renascimento, o Iluminismo e a Revolução Industrial. São mudanças de caráter cultural, filosófico, político e tecno-científico.

No decorrer dos séculos XVII e XVIII, durante o movimento Iluminista, a modernidade é uma idéia, mas não ainda um modo de vida (Baudrillard). Seu significado, portanto, é também ideológico. Assim, afirma também Baudrillard que as ideologias são expressões da modernidade, ao mesmo que tempo em que a modernidade é ideológica.

Touraine (1993, p. 33), em relação aos aspectos ideológicos da modernidade, refere-se à concepção de progresso, que aparece como “ideologia central das novas elites”, da Europa e da América, e acrescenta que “[...] ao mesmo tempo, foi constantemente um instrumento ‘revolucionário’ de destruição de ‘Antigos Regimes’, e um meio de submeter categorias tradicionais ou irracionais — especialmente trabalhadores, povos colonizados, mulheres e crianças — à norma de uma elite esclarecida, masculina, burguesa, ocidental”.

A modernidade também implica, portanto, formas específicas de dominação social. A natureza também não escapa desse processo, fundamentalmente ligado às questões tecno-científicas, cuja lógica é marcada pelo desenvolvimento produtivo (Baudrillard, 1985). Baudrillard identifica, enquanto lógicas da modernidade (que prefere escrever com “M” maiúsculo), as concepções tecno-científica, política (relativa ao Estado Moderno), psicológica (consciência do indivíduo como ser autônomo) e temporal (um tempo linear, entre passado, presente e futuro).

De acordo com Anthony Giddens (2002), a modernidade é também um termo que pode se referir à um conjunto de instituições e formas de comportamento surgidos, na Europa, após o feudalismo e que se disseminaram mundialmente, ao longo dos séculos. Giddens aponta que a modernidade apresenta diferentes dimensões, tais como o industrialismo e o capitalismo, “[...] enquanto sistema de produção de mercadorias que envolve tanto mercados competitivos de produtos quanto a mercantilização da força de trabalho”. O Estado-nação

também é um elemento importante a ser considerado. Além disso, Giddens (2002, p. 21) distingue essas dimensões das instituições de vigilância, entendida como “[...] o controle e supervisão de populações submissas, assuma esse controle a forma de supervisão ‘visível’, no sentido de Foucault, ou do uso da informação para coordenar atividades sociais”.

À medida que a modernidade se traduz, também, em formas de comportamento, ela é também formas de se experimentar o mundo, ou seja, as pessoas, através do seu corpo e mente, experimentam e compartilham sensações as mais diversas, mas que são distintas das experiências em contextos pré-modernos. Nesse sentido, a modernidade é paradoxal, pois coloca aos seres humanos experiências ambíguas.

Marshall (1998), ao comentar sobre a ambigüidade presente na modernidade, aponta o tempo e espaço como aspectos relevantes da experiência moderna. Ele se refere ao fato de que as pessoas compartilham, em todo o mundo, experiências de tempo e espaço, e esse conjunto de experiências seria a modernidade. Essa é uma dinâmica paradoxal, ao que afirma: “Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação e transformação das coisas em redor — mas ao mesmo tempo ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos” (p. 15).

Portanto, as transformações constantes fazem parte da natureza da modernidade, afetando os indivíduos em suas condições materiais e subjetivas da existência. A modernidade também é paradoxal, conforme Marshall, pela capacidade de unir e desunir a humanidade, ao que cita Karl Marx, pela expressão “[...] tudo o que é sólido desmancha no ar”.⁸

Contudo, ainda antes de Marx, a expressão da modernidade pode ser encontrada em Jean-Jacques Rousseau, que teria sido “[...]o primeiro a usar a palavra *moderniste* no sentido

⁸ Essa expressão citada por Marshall pode ser encontrada na obra clássica de Marx e Engels Manifesto do Partido Comunista (São Paulo: Global Editora, 1981), onde diz Marx, referindo-se à sociedade burguesa: “O que parecia sólido, desaparece; o que era sagrado é profanado, e, finalmente, os homens são obrigados a encarar, com serenidade, suas condições de vida e relações recíprocas” (p. 22).

em que os séculos XIX e XX a usarão; e ele é a matriz de algumas das mais vitais tradições modernas, do devaneio nostálgico à auto-especulação psicanalítica e à democracia participativa” (Marschall, 1998, p.17).

Nesse sentido, portanto, a modernidade passa por dimensões desde psicológicas à políticas de organização da sociedade. Essas diferentes dimensões ou lógicas são permeadas por processos racionais. A racionalidade também aparece como elemento constituinte da modernidade, embora essa seja uma questão não consensual entre os estudiosos. Em Touraine (1993), apresenta-se a caracterização da modernidade como “progressivo triunfo da razão sobre as tradições, da ação científica ou tecnológica sobre sistemas de controle social e cultural, do universalismo sobre o particularismo e da produção sobre a reprodução” (p. 32). A modernidade, em sua visão, define-se através do combate ao que se considera irracional, seja na forma de costumes, seja na religião, dentre outros aspectos (ibid).

Cabe, porém, considerar que Touraine não afirma que o racionalismo seja um elemento representativo da modernidade. Na verdade, ele procura demonstrar que a racionalização apresenta vários elementos e se expressa de formas diversas, em diferentes períodos, particularmente, no século XIX, na visão de filósofos e cientistas sociais.

É através dessas discussões que, segundo o autor, o conceito clássico de modernidade vai sendo decomposto, discussões estas que incluem o papel da Sociologia nesse contexto, através de tentativas de resgate de uma unidade entre a dualidade, objetividade/subjetividade, e entre sistema e ator. Mas abandonar o conceito de modernidade e utilizar a idéia de “pós-modernismo” é insatisfatório para ele. É mais útil, conforme Touraine (1993), reexaminar a concepção de modernidade e criticar a identificação de modernidade com racionalidade. Para ilustrar essa crítica, o autor resgata aspectos históricos, como os conflitos entre poder espiritual e temporal e o desenvolvimento paralelo entre Renascimento e Reforma. A modernidade, então, segundo Touraine, implica processos complementares e

conflitantes entre racionalização e subjetivação. A racionalização é aqui entendida como objetivação — “objetivo comum para todos os atores de uma sociedade moderna.” Por outro lado, segundo Touraine, o sujeito vive a oscilar entre o pessoal e o coletivo.

Zigmunt Bauman (1999b), por outro lado, enfatiza a questão da racionalidade na organização da modernidade, identificando modernidade com racionalidade. Para ele, a configuração de uma ordem racional é um dos atributos centrais da modernidade. Porém Bauman não nega que, nessa racionalidade, também não esteja presente o aspecto irracional. Contudo, na perspectiva do autor, não se trata de uma convivência consentida entre estes dois pólos, mas, sim, do fato de que predomina uma ordem racional que produz resultados não previstos e desejáveis. Essa ordem racional requer um esforço para ser produzida, sendo, portanto, uma ordem artificial, pois não está dada, necessita ser criada.

A convivência, na modernidade, dos processos de ordem com seus resultados não previstos configura, para Bauman, a marca essencial da modernidade que está embutida no processo de racionalidade, em termos de uma “ambivalência”. Se a ordem implica limites e finitudes, é necessário um constante esforço para exterminar a ambivalência (Bauman, 2005).

A “ambivalência” a que se refere Bauman (1999b) é construída socialmente, através da dualidade/oposição, como, por exemplo: amigo/inimigo, ordem/caos, dentro/fora. Ela faz parte da existência moderna.

A modernidade, então, produz uma ordem que, ao mesmo tempo, produz elementos não previstos ou desejáveis, reproduzindo, assim, seu caráter ambivalente. O resultado desse processo é visto por ele como “refugo” da modernidade. São seus “efeitos colaterais”, como diz Bauman (2005), inevitáveis na construção da ordem. A irracionalidade e o caos são “refugos” da modernidade. O “refugo” compõe-se tanto de objetos como de pessoas.

A construção da ordem subentende beleza, no sentido de limpeza e ordem (Bauman, 1998). Como esses elementos não estão dados naturalmente, é necessário um esforço para

produzi-los. Nesse contexto, Bauman refere-se à “sujeira” como aqueles seres humanos, “outros”, que podem impedir a devida “organização do ambiente”. Ele enfatiza os aspectos da ordem e desordem sociais, configurados pelo território físico, e as relações que ele comporta, em função dos deslocamentos humanos. Por isso, é destacado, por ele, que a chegada de um estranho em certa localidade traz um verdadeiro impacto que desestrutura a segurança da vida diária.

O que não está dentro da “ordem” aparece como elemento estranho, não sendo bem visto. Desse modo, Bauman (1999b) compara que, nas comunidades pré-modernas, a estranheza não causava perigo, mas, com a organização dos Estados nacionais modernos, além de se coletivizar amigos e inimigos, tenta-se eliminar os estranhos, através da imposição de uma homogeneidade cultural, dentre outras formas de homogeneização possíveis.

As observações que Bauman tece sobre a “estranheza” na caracterização da modernidade estão inseridas em suas considerações sobre os paradoxos modernos (a “ambivalência” da modernidade). No esforço de eliminação do “estranho”, ele lembra (1999b) que a sociedade separa funcionalmente e territorialmente tudo e todos. Portanto, nesse processo, a ordenação do espaço, enquanto aspecto territorial/geográfico, é fundamental.

Bauman (ibid) observa que, para o estranho ser combatido, ele deve ser estigmatizado, mas, ao mesmo tempo, esse deve ser um processo sutil, pois vai contra os princípios da modernidade (por exemplo, contra os valores de igualdade). O autor ainda acrescenta que, tendo o estranho uma posição mais objetiva, por estar de fora, pode criticar os de dentro, o que causa desconforto aos nativos; contudo isso também não é uma posição tão cômoda assim, e a contrapartida é que se tornar um nativo é algo sedutor.

Conforme Bauman, o indivíduo contemporâneo é o estranho universal, pois habita vários mundos divergentes, voltando-se para a vida privada como único lugar confortável, o

que também, segundo ele, é precário; então, a ambivalência vai-se tornando uma experiência cada vez mais universal.

Para Bauman, a experiência do estranho no mundo moderno implica diferenças em relação a um mundo nativo mais estruturado, pois a referência é um mundo em movimento, onde não há mais “nativos” e ser estranho não é condição temporária: se todos são estranhos, então, ninguém é — portanto, o autor atesta aqui a situação de “pós-modernidade” com a aceitação da pluralidade do mundo (1999b).

O “estranho” de Bauman assemelha-se às considerações tecidas por Georg Simmel (1983) sobre o “estrangeiro”. Ser estrangeiro, de acordo com Simmel, pressupõe uma viagem anterior, mas ele não se refere ao viajante que logo parte, mas àquele que fica. A viagem está sempre presente para o estrangeiro, pois Simmel considera que ele é um viajante em potencial: ele chega e fica, mas sem superar por total a liberdade de ir e vir. O estrangeiro também une a proximidade e a distância, que faz parte de toda a relação humana, isto é, ele está próximo e distante ao mesmo tempo. Simmel considera essa uma relação positiva, por ser uma forma de interação, pois o estrangeiro é um elemento que está em algum grupo. Nele está presente a objetividade, o que envolve não só a distância e a proximidade, como a indiferença e o envolvimento. Envolve um tipo específico de participação através da “objetividade”.

Para Simmel, a objetividade implica liberdade, pois “[...] o indivíduo objetivo não está amarrado a nenhum compromisso que poderia prejudicar sua percepção, entendimento e avaliação do que é dado” (1983, p. 185).

No estrangeiro, segundo Simmel, aparece algo genericamente humano, assim, ele está próximo e ao mesmo tempo distante, seus traços comuns, que estão além dele, ligam muitas pessoas. Há, porém, uma tensão entre proximidade e distância, quando a consciência do que é comum, da generalidade, acaba acentuando o não-comum (o elemento não-comum não é individual, ele é comum a muitos estrangeiros), assim, estrangeiros não são vistos como

indivíduos, mas “[...] como estranhos de um tipo particular: o elemento de distância não é menos geral em relação a eles que o elemento de proximidade” (Simmel, 1983, p. 187).

O estrangeiro, em Simmel, também reflete a ambigüidade da experiência moderna, ou ambivalência, conforme Bauman. Bauman, contudo, utiliza-se da experiência do estranho, como referência para o entendimento de questões contemporâneas que estão presentes nos deslocamentos humanos. Uma dessas questões que expressaria, segundo ele, elementos representativos da condição atual vivenciada pelas sociedades pode ser traduzida pela metáfora do “turista”. Bauman (1998) faz essa relação, ao se referir à condição de liberdade do turista de ir e vir, como aquele que não tem compromisso com o lugar. A figura do turista representa condições da “pós-modernidade”. As metáforas são utilizadas por Bauman para distinguir etapas ou fases da modernidade.

Diferentemente de alguns sociólogos que negam o uso do termo “pós-moderno” ou “pós-modernidade”, como Touraine, Bauman refere-se a uma fase atual da sociedade, composta de estratégias “pós-modernas”. Entretanto ele não abandona o uso do termo “modernidade” para descrever a sociedade contemporânea. Segundo ele: “A pós-modernidade é a modernidade que admitiu a impraticabilidade de seu projeto original. [...] é a modernidade reconciliada com sua própria impossibilidade” (1999b, p. 110)

Apresenta-se aqui, uma outra questão sobre a modernidade: ela diz respeito à diferenciação de uma modernidade transmutada, ou modificada por processos dinâmicos resultantes de seu desenvolvimento. Nesse sentido, a modernidade estruturada como tal, entre os séculos XVI e XIX, já não mais se constitui do mesmo modo. Há um consenso na literatura de que, a partir da segunda metade do século XX, pode-se falar de uma outra modernidade. O que não é consensual é a continuidade da utilização do termo “modernidade” para descrever essas mudanças que se apresentam na sociedade contemporânea. Desse modo, a fim de

expressar um processo de descontinuidade da modernidade, configurando-se numa nova etapa nas sociedades contemporâneas, aparece a utilização do termo “pós-modernidade”.

Nesse contexto, assim como a modernidade simboliza um “antes” e um “depois”, demarcando sua existência como “modo civilizatório” — expressão utilizada por Baudrillard (1985) —, seu próprio desenvolvimento também levou os analistas à uma divisão entre um “antes” e um “depois” na modernidade, a partir de certos eventos por ela desencadeados. Não se pretende, contudo, discutir a utilização do termo “pós-modernidade”. Entende-se que ele tem sido usado para representar a descontinuidade da modernidade, através de processos de ruptura. Nesse sentido, não se compartilha aqui da perspectiva de “ruptura”, enquanto leitura explicativa do contexto contemporâneo. “Modernidade”, portanto, é um termo ainda válido para explicar a condição atual vivenciada por várias sociedades.

Anthony Giddens, por exemplo, rejeita o termo “pós-modernidade”, pois aposta na idéia de que “[...] as conseqüências da modernidade estão se tornando mais radicalizadas e universalizadas do que antes” (1991, p.13). Conforme Giddens⁹, o período atual é um período de transição onde a modernidade “[...] reconstruiu a tradição enquanto a dissolvia”; trata-se de uma sociedade “pós-tradicional”. Independentemente das terminologias utilizadas, torna-se necessário situar as novas condições pelas quais se manifesta a modernidade contemporânea.

1.1.1 As condições contemporâneas da modernidade

Para explicar as condições contemporâneas da modernidade, estudiosos têm-se referido às relações espaço-temporais como eixo para o entendimento dessas novas condições.

⁹ Ver Giddens em A vida em uma sociedade pós-industrial (in Giddens; Beck; Lash, 1997).

Nesse sentido, Marc Augé (1994), por um prisma antropológico, refere-se a um excesso de modernidade, utilizando-se do termo “supermodernidade”.

Augé define a “supermodernidade” tanto por oposição à “modernidade” (1997), quanto por oposição à “pós-modernidade” (1999). Na supermodernidade, encontram-se a aceleração da história e o encolhimento do espaço, assim como “uma individualização das referências que subvertem os processos cumulativos da modernidade” (1997, p. 170). Conforme Augé, enquanto, na cidade moderna do século XIX, era possível que diferentes tipos de pessoas se misturassem no mesmo espaço, nos espaços urbanos da supermodernidade, isso se torna mais difícil (por exemplo, postos automáticos da auto-estrada). Contudo ainda há espaços que continuam sendo influenciados pela modernidade (1997).

A “supermodernidade” também envolve a relação espaço/tempo enquanto resultado de transformações desses planos, assim como envolve transformações do indivíduo. A “supermodernidade” pauta-se pelos excessos — do tempo, do espaço, do indivíduo. Mais especificamente, Augé (1994) destaca os três “excessos” da “supermodernidade”:

- a) tempo - muda nossa percepção sobre o tempo, o uso que dele fazemos e dele dispomos; o excesso de tempo define, primeiro, a situação de “supermodernidade” (um objeto para a pesquisa antropológica, segundo ele); perde-se o sentido da história;
- b) espaço - segunda “figura do excesso”; paradoxalmente se relaciona ao encolhimento do planeta, através, por exemplo, dos satélites, da comunicação, dos transportes, etc. É a sensação de que aquilo que acontece há muitas milhas de distância nos diz respeito, naquele momento, tendo os meios de comunicação, papel fundamental nesse processo. Em relação ao espaço, Augé refere-se à multiplicação do que chama “não-lugares”, opondo esse termo

[...] à noção sociológica de lugar, associada por Mauss e por toda uma tradição etnológica àquela de cultura localizada no tempo e no espaço. Os não-lugares são tanto as instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos, rodovias, aeroportos) quanto os próprios meios de transporte ou os grandes centros comerciais, ou ainda os campos de trânsito prolongado onde são estacionados os refugiados do planeta (1994, p. 36);

c) indivíduo/ego - terceira figura da supermodernidade; associa-se à produção individual de sentido, num contexto onde o indivíduo retorna à análise antropológica e onde, num dos paradoxos atuais, se encontram as próprias singularidades culturais que se contrapõem à “homogeneização” da cultura. Além disso, esse aspecto refere-se a uma “tendência à individualização dos procedimentos” (1999) e está marcado pela expressão mediática, onde somos objeto do olhar e também testemunhas (1999).

Segundo Augé, as características da supermodernidade são paradoxais e contraditórias, no seguinte sentido:

[...] num sentido, abrem cada indivíduo para a presença dos outros; correspondem a uma circulação mais fácil dos seres, das coisas e das imagens. Mas num outro sentido elas reduzem o indivíduo a ele mesmo, convertendo-o mais em testemunha do que em ator da vida contemporânea. Essa contradição exprime-se exemplarmente nos espaços que propus chamar de não-lugares. (1999, p. 144).

Nos não-lugares, as pessoas não se sentem em casa e nem que estão com os outros; “[...] é o espaço dos outros sem a presença dos outros, o espaço constituído em espetáculo”. Lugares e não-lugares (“[...]há não-lugar em todo lugar” e vice-versa) dizem respeito tanto a espaços concretos como a atitudes e posturas das pessoas com esses espaços. Augé destaca o papel do turismo associado aos não-lugares, sinalizando que “[...] a viagem turística é constitutiva de não-lugares; quem viaja não faz senão passar de um lugar a outro” (1999, p. 145).

Contudo, Augé alerta que o “não-lugar” não existe como forma pura. Para o autor, a viagem é um exemplo de nossa relação com o próximo na contemporaneidade, referindo-se a uma “espetacularização do outro”. Com essa expressão, Augé (1999) refere-se ao

deslumbramento diante daquilo que é visitado, não só visto, mas também ouvido através da mídia. A sensação, de acordo com ele, é a de que nos aproximamos de todos, mas, na realidade, estamos distantes, devido à dificuldade do diálogo e do encontro, pela interferência dos meios de comunicação e edificações. Entretanto Augé faz, aqui, uma generalização, pois situa esse aspecto em grandes centros urbanos, onde é possível se encontrar um número maior de edificações e presença da mídia.

A distinção entre lugares e não-lugares passa pela oposição do lugar ao espaço, questões que Augé remete à Michel de Certeau. Para Augé (1994), em Certeau (1994), não há oposição entre “lugar” e “espaço”, da mesma forma como em relação à “lugar” e “não-lugar”.

Para Certeau (1994), a definição de “lugar” implica uma “[...] ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência”. Por isso, justifica o autor, duas coisas não ocupam o mesmo lugar e, portanto, cada elemento tem um lugar “próprio”, distinto. Um lugar configura posições e indica estabilidade. Já o “espaço” implica movimento no tempo. O espaço implica mobilidade, não estabilidade, “[...] é um lugar praticado”.

Augé (1994), contudo, distingue suas concepções das de Certeau: o lugar como define Augé não é o lugar que Certeau opõe ao espaço, mas é o “lugar do sentido escrito e simbolizado, o lugar antropológico”, enquanto a noção de espaço pode ser aplicada às “superfícies não simbólicas do planeta”. Para Augé, lugar e espaço estão associados, sendo que o espaço possibilita o aspecto dinâmico do lugar. O espaço está associado a um duplo deslocamento, que é o do viajante, e, ao mesmo tempo, das paisagens, “[...]das quais ele nunca tem senão visões parciais” (1994).

A dimensão da viagem e do turismo ocupa um papel fundamental na concepção de supermodernidade de Augé: sua hipótese central é a de que a supermodernidade é produtora de não-lugares. Essa hipótese pode ser complementada com a afirmação de que o arquétipo do

não-lugar é o espaço do viajante (1994). O espaço do viajante representa o passageiro, assim, os não-lugares representam o que é passageiro, e a supermodernidade, portanto, é o movimento.

Os “não-lugares” , como expressão da “supermodernidade” , representam, desse modo, o que é passageiro, traduzindo-se arquetipicamente (enquanto modelo) através do espaço do viajante. São esses aspectos que trariam uma crise para as sociedades contemporâneas, isto é, para Augé (1999), hoje se vive muito mais uma crise do espaço e da alteridade do que uma crise de identidade.

A questão do espaço, alteridade, viagens, turismo e condição contemporânea também são encontrados em Bauman. Utilizando-se também de uma visão arquetípica, Bauman (1998) utiliza duas “metáforas” como significativas da vida contemporânea, quais sejam: os turistas e o seu “alter ego”, os vagabundos, onde os primeiros podem escolher onde estar, mas, em contraposição, os segundos são viajantes que não têm o direito de ser turistas, assim como também não lhes é permitido ficar parados. Aqui também se apresenta a questão do movimento como dimensão que condiciona os indivíduos nas sociedades contemporâneas.

Na modernidade contemporânea, chamada sociedade pós-tradicional (alta modernidade ou modernidade tardia) para Giddens, ou pós-moderna para Bauman, ou, segundo Augé, supermodernidade, a questão do espaço-tempo, em torno do movimento, fluxos e deslocamentos humanos têm papel fundamental.

Uma das formas pelas quais Anthony Giddens se refere à modernidade são as formas particulares que assumem a organização do espaço e do tempo. Ele afirma (1991) que a modernidade apresenta como característica essencial uma “natureza dinâmica”, onde uma das fontes de seu dinamismo seria a relação espaço/tempo¹⁰.

¹⁰ As transformações na relação espaço/tempo são fundamentais na análise de Giddens sobre as condições contemporâneas da modernidade, através da noção de “desencaixe” e seus mecanismos (1991).

Ainda, de acordo com Giddens, também aparecem associadas à modernidade, na fase do capitalismo industrial, formas racionais burocráticas de organização e regulação do trabalho assalariado (Max Weber, por exemplo, já procurava demonstrar a tendência inexorável à racionalização da sociedade moderna ocidental).

No decorrer da modernidade, apresenta-se o processo de esvaziamento do tempo e, por consequência, também o esvaziamento do espaço, onde este se torna separado do lugar. Giddens não separa lugar de espaço, como categorias de análise, mas afirma que a relação entre ambos se modifica na modernidade, em sua fase “pós-tradicional”, ou na fase da globalização. Por lugar, Giddens (1991) refere-se à idéia de localidade enquanto “cenário físico da atividade social como situado geograficamente.” De acordo com o autor, enquanto, em sociedades pré-modernas, espaço e tempo coincidiam, na modernidade, isso deixa de ocorrer. Esse processo significa que as relações num dado espaço podem ocorrer entre “ausentes”, localmente distantes. Giddens fala da fantasmagoria dos lugares na modernidade, no sentido de que eles são “[...] completamente penetrados e moldados em termos de influências sociais bem distantes deles. O que estrutura o local não é simplesmente o que está presente na cena; a ‘forma visível’ do local oculta as relações distanciadas que determinam sua natureza” (Giddens, 1991, p. 27).

Para Giddens (1997), na fase de globalização, passou a predominar a “ação à distância”, com a reestruturação do espaço, onde a “[...] ausência predomina sobre a presença”. A globalização, de acordo com o autor, é um dos aspectos da condição contemporânea que marca mudanças na dinâmica da modernidade. Para Giddens (1991), “[...] a modernidade é inerentemente globalizante”. A globalização é definida por Giddens “[...] como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa” (1991, p. 69).

A globalização, nesses termos, é entendida a partir das relações espaço-temporais, onde a dimensão do “lugar” é reestruturada. Em Bauman (1999a), aparece o uso do termo “glocalização”, a partir das análises de Roland Robertson. Bauman define esse termo referindo-se a um processo de concentração de riqueza permeado de possibilidades de escolhas. Essas significam “*concentração da liberdade* de se mover e agir”.

Bauman destaca, nesse processo, situações nas quais os indivíduos experimentam formas distintas de relação com o espaço onde se encontram, comparando as noções de “próximo” e “longe”. “Próximo” é um espaço onde o indivíduo se sente à vontade, não se sente perdido; “longe” já é o “[...] espaço que contém coisas sobre as quais pouco se sabe, das quais pouco se espera e de que não nos sentimos obrigados a cuidar” (1999a, p. 20). Disso, pode-se deduzir que essas diferenças geram, nos indivíduos, sentimentos e valores diversos, como “sentir-se em casa”, “não se sentir em casa”, ou sentir-se estranho e identificar-se com o lugar e dele cuidar, ou não se identificar com o lugar e com ele não se comprometer. É possível, a partir disso, discutirem-se questões éticas que Bauman explicita em alguns momentos.¹¹

Giddens, por outro lado, remete essas questões à possibilidade de uma “reflexividade”, questão relacionada ao conjunto de processos que são identificados pelo fenômeno da globalização, que, para o autor, reflete mudanças significativas no desenvolvimento da modernidade, estando presentes em nossa contemporaneidade, enquanto “modernidade tardia”. Não se trata de uma ruptura sinalizada por eventos específicos. A reflexividade significa a avaliação constante das práticas sociais “[...] reformadas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter” (1991, p. 45).

¹¹ Em relação a questões de ética e moral na modernidade e pós-modernidade, em Bauman, ver: *Ética pós-moderna* (Bauman, 1997).

A reflexividade associa-se às instituições e à subjetividade moderna. Giddens (2002) trata de entender a forma como a modernidade afeta os indivíduos. Embora a modernidade, do seu ponto de vista, diga respeito a questões institucionais, estas se entrelaçam com a subjetividade, com o “eu”, nos dizeres do autor.

No contexto da modernidade contemporânea, nas expressões de Giddens, “pós-tradicional”, “modernidade tardia” ou ainda “alta modernidade”, a reflexividade diz respeito à auto-identidade, sendo, nesse sentido, um empreendimento organizado (2002).

É um contexto em que as pessoas procuram “relações puras”, enquanto um tipo de relação onde “[...] os critérios externos se dissolveram: ela existe somente pela retribuição que ela própria pode dar.” Conforme Giddens, esses aspectos associados à reflexividade do “eu” implicam questões psíquicas e referentes ao corpo. Em relação aos aspectos psíquicos, ele identifica um problema fundamental na “modernidade tardia”: “A falta de sentido pessoal — a sensação de que a vida não tem nada a oferecer (...)”. Trata-se, para ele, de aspectos morais não resolvidos pela sociedade, referindo-se ao que chama de “segregação da experiência”, o que significa que “[...] para muitas pessoas o contato direto com eventos e situações que ligam a vida individual a questões mais amplas de moralidade e finitude são raras e fugazes” (2002, p. 15).

A reflexividade, para Giddens (2002), abarca tanto o plano institucional como o individual. Afirma Giddens que “[...] o eu se torna um *projeto reflexivo*.” Isso significa que, enquanto, nas culturas tradicionais, as transições dos indivíduos durante sua vida eram marcadas por rituais, na modernidade, esses processos requerem uma reflexividade, onde o “[...] eu alterado tem que ser explorado e construído”.

Contudo, para ele, a questão do indivíduo ou do “eu” não é um traço distintivo da modernidade. A diferença é que viver nas condições da “modernidade tardia” implica alguns dilemas para o indivíduo, entre os quais Giddens (2002) aponta a “experiência personalizada

versus experiência mercantilizada”. Isso significa que o projeto do “eu” é radicalmente influenciado pelos processos de mercantilização, em particular, “pela posse dos bens desejados e a perseguição de estilos de vida artificialmente criados”. Entretanto Giddens não considera que haja um domínio absoluto do mercado sobre os indivíduos, pois sempre há algum tipo de reação de indivíduos e coletividade aos processos externos. Ao se referir, como exemplo, à questão do espaço, Giddens entende que mesmo a mercantilização do espaço inclui formas espaciais não mercantilizadas, através do “engajamento ativo dos agentes”.

Ao se referir ao “eu” como tendo que ser “explorado e construído”, Giddens (ibid) está referindo-se à identidade do “eu” enquanto “auto-identidade”. A concepção de “auto-identidade” é assim descrita: “A auto-identidade, em outras palavras, não é algo simplesmente apresentado, como resultado das continuidades do sistema de ação do indivíduo, mas algo que deve ser criado e sustentado rotineiramente nas atividades reflexivas do indivíduo” (2002, p. 54).

Nesses termos, a auto-identidade, para Giddens, não são os traços que o indivíduo possui, ela é “ [...] *o eu compreendido reflexivamente pela pessoa em termos de sua biografia*. A identidade ainda supõe a continuidade no tempo e no espaço [...]” (ibid).

A “auto-identidade” apresenta uma natureza dinâmica e, dessa forma, afirma Giddens, ela é, ao mesmo tempo, sólida e frágil: frágil porque a biografia narrada é sempre uma história entre outras possíveis, sólida porque é suficiente para assegurar a passagem por situações sociais diversas pelas quais transita o indivíduo, como tensões e transições.

Giddens, ao tratar do tema da “identidade”, inspira-se em Charles Taylor. Taylor (1997) analisa a modernidade através da construção da identidade. Por “identidade moderna”, Taylor refere-se ao “[...] conjunto de compreensões (sobremodo desarticuladas) do que é um agente humano: os sentidos de interioridade, liberdade, individualidade e de estar mergulhado na natureza, tão familiares ao Ocidente moderno” (p. 9).

Para Taylor (ibid), embora, na modernidade, o que era sólido tem-se desmanchado no ar, conforme lembra, nem tudo pode tornar-se instável, sem referências ou, como chama, configurações. Sua tese é a de que “[...] é praticamente impossível à pessoa humana prescindir das configurações”, e isso pode ser percebido através da questão da identidade, que diz respeito às questões do tipo — “quem sou eu?”. Para Taylor, essa questão implica saber-se onde se está posicionado, em termos de uma orientação moral. Ele também se refere às pessoas como tendo um *self*, no sentido de que “[...] são seres da profundidade e complexidade necessárias para ter (ou para estar empenhadas na descoberta de) uma identidade [...]” (1997, p. 50).

O “self”, em Taylor, apresenta uma dimensão filosófica, ao invés de psicológica ou sociológica, ao que, argumenta o autor que “[...] somos um *self* na medida em que nos movemos num certo espaço de indagações, em que buscamos e encontramos uma orientação para o bem” (ibid, p. 53).

Portanto, para Taylor (1997), a identidade é um “dever ser”. Nesse sentido, a construção da identidade moderna está associada ao significado da vida, ou seja, torna-se importante achar um sentido para ela, uma orientação de caráter moral. Isso é algo tipicamente moderno, assim como a individualização que vai fazer parte desse processo. Taylor considera que algumas mudanças foram fundamentais nesse contexto. Uma delas está baseada no casamento e nas relações familiares que passam a ser construídas pelo afeto. A partir do século XVIII, é possível observar, em certos países europeus, a importância que os sentimentos passam a ter. Taylor considera que a questão que particulariza a sociedade moderna, nesse sentido, não é que as pessoas não amavam seus cônjuges, filhos, etc., mas que esses sentimentos não eram demonstrados, e, assim, “[...] esses sentimentos passam a ser vistos como parte crucial daquilo que torna a vida valiosa e significativa” (Taylor, 1997).

Essa valorização dos sentimentos vai ser expressa nos romances. As classes mais abastadas vão regozijar-se com os passeios ao ar livre, no campo, configurando-se “[...] a idéia subjacente de que a vida das pessoas simples e rústicas está mais próxima da virtude e das satisfações permanentes do que a existência corrupta dos habitantes das cidades” (ibid, p. 384).

Conforme Taylor, a valorização da natureza ocorre, nesse período, por despertar sentimentos “fortes e nobres”: “A natureza atrainos porque, de certa forma, está sintonizada com nossos sentimentos e, por isso, pode refletir e intensificar os que já temos ou despertar os que estão latentes” (1997, p. 384). Além disso, o despertar dos sentimentos, através da natureza, funcionaria como reação ao excessivo controle decorrente da racionalidade moderna, “estabelecadora de ordem”.

Essas questões inspiraram, em parte, a análise de Giddens sobre identidade e modernidade, mas o lugar que as questões morais ocupam em sua análise é um pouco diferente de Taylor, à medida que Giddens atribui maior importância às dimensões psíquicas desse processo. Para chegar às questões do “eu” e da “identidade”, Giddens percorre um longo caminho, mas que passa pelas relações espaço-temporais em suas novas configurações afetando as dimensões subjetivas.

A forma como os indivíduos passam por experiências diversas que estão ligadas ao tempo e ao espaço também pode ser considerada em torno das novas condições de mobilidade. O Antropólogo Gilberto Velho (1994), por exemplo, utiliza o termo “sociedades complexas moderno-contemporâneas” para caracterizar o aspecto dinâmico e intenso “de interação entre grupos e segmentos diferenciados”, cuja natureza está constituída de elementos como o mercado internacional, “[...] a uma permanente troca cultural através de migrações, viagens, encontros internacionais de todo o tipo, além do fenômeno da cultura e comunicação de massas” (p. 38).

A mobilidade tem sido um eixo de análise das condições contemporâneas da modernidade. Bauman, nesse sentido, utiliza-se de algumas metáforas. Uma delas se refere à figura do “turista”, contrapondo duas condições resultantes dos novos processos de mobilidade: “turistas versus vagabundos”. A outra metáfora serve para comparar as fases de desenvolvimento da modernidade, quais sejam: uma fase “sólida” e uma fase “líquida”.

Em “Modernidade Líquida” (2001), Bauman procura descrever a condição moderna contemporânea, que, metaforicamente, se apresenta por sua “liquidez”. A idéia de “liquidez” traduz a experiência contemporânea da modernidade, no sentido de se ter que lidar com situações escorregadias e efêmeras, isto é, o que é líquido não pode ser retido em nossas mãos, o que é líquido é escorregadio e fluido.

Ao iniciar essa discussão, Bauman compara os líquidos e os sólidos em torno de suas propriedades físicas. O líquido está associado ao conceito de “fluidez”, que “é a qualidade de líquidos e gases”. O conceito é tomado da Enciclopédia Britânica e nele aparece a característica de mutabilidade, onde “o material sob pressão deformante” constitui-se enquanto fluxo, propriedade dos fluidos. O sólido, ao contrário, sob a mesma força/pressão, mantém-se em sua forma original.

No sentido figurado, a fluidez, enquanto qualidade do que é fluido, significa aquilo que “é espontâneo, fácil, natural” (Ferreira, 1995). É nesse sentido que Bauman destaca o caráter da “modernidade líquida”. Ele se utiliza do termo fluidez para representar, metaforicamente, “o estágio presente da era moderna”.

Os fluidos têm uma relação com o espaço e com o tempo que não é fixa, posto que não mantêm uma forma constante e estão sempre aptos a mudá-la. Importa mais, para eles, o tempo do que o espaço, o qual preenchem por pouco tempo. Nos sólidos, ao contrário, o espaço é mais importante. Por sua extrema mobilidade, os fluidos são associados à idéia de leveza. Afirma Bauman: “Associamos ‘leveza’ ou ‘ausência de peso’ à mobilidade e à

inconstância: sabemos pela prática que quanto mais leves viajamos, com maior facilidade e rapidez nos movemos” (2001, p. 8).

De acordo com o autor, essa é uma nova etapa da modernidade, mas, ao mesmo tempo, pergunta-se Bauman: “[...] a modernidade não foi ‘fluida’ desde sua concepção?” Assim, como em Marshall (1998), citado anteriormente, Bauman remete-nos ao “Manifesto”, de Marx, citando a expressão “derreter os sólidos”, representando o fato de que o espírito moderno estava determinado a emancipar a realidade, derretendo os sólidos, através da “profanação do sagrado”, para romper com a tradição e a sedimentação. Isso não significaria acabar com os sólidos, mas modificar o seu caráter, torná-los mais duráveis, administráveis. O derretimento dos sólidos levou à libertação da economia de tradições políticas, éticas e culturais.

Bauman (2001) afirma que a modernidade é distinta de outras fases históricas de convívio humano por estar sempre criando e destruindo, sempre “modernizando”. Na situação atual, a modernidade é nova e criativa por dois motivos:

- a) entra em colapso a crença de que há um fim do caminho, um futuro estado de perfeição, a ordem perfeita, a sociedade boa e justa;
- b) ocorre uma “desregulamentação e privatização das tarefas e deveres modernizantes”. Isso significa que as tarefas foram transferidas para os indivíduos com seus próprios recursos.

Uma outra marca da sociedade moderna, na consideração de Bauman, é que seus membros são indivíduos, mas a individualização é um processo de mudanças constantes, significando, cada vez mais, que a identidade humana passa a ser uma tarefa, não está dada e está a cargo da responsabilidade dos indivíduos, de seus atos e resultados. Portanto, em termos semelhantes aos de Giddens, para Bauman, a identidade (ou “auto-identidade) precisa ser constantemente organizada.

Entretanto a identidade, nas condições de “modernidade líquida”, está pautada mais pelo consumo do que pela produção. Esse é um processo que não trata do preenchimento de vazios, mas, de acordo com Bauman (2001), trata dos excessos, das inúmeras possibilidades de escolhas oferecidas pelo consumo. Porém adverte que o consumo, como eixo que organiza a vida em sociedade, não precisa de normas, e isso nos remeteria, enquanto sociedade, a questões de caráter ético.

Retomando-se os pontos comentados até aqui, partiu-se da caracterização de elementos constituintes da modernidade para se reconhecer o turismo como fenômeno moderno, cuja caracterização virá à seguir. Se considerarmos o turismo como uma experiência moderna, cabe tratar a modernidade como formas particulares de se experimentar ou experienciar o mundo, tratando-se da identificação da modernidade, situada historicamente, em como ela se constitui enquanto um conjunto de idéias e práticas, marcada por instituições e padrões de comportamento, mecanismos de controle social e processos de mercantilização da vida social. Esses processos configuram formas específicas de se experimentar o mundo, no sentido da relação das pessoas com o tempo e o espaço. Essas relações implicam ambigüidades que envolvem a racionalidade e as emoções/sentimentos.

A modernidade também é dinâmica e reorganiza constantemente as experiências humanas, mas esse processo não pode ser totalmente controlado por padrões de racionalidade. Novas dimensões da modernidade têm sido explicadas através de diferentes concepções e terminologias, mas a natureza desses processos pode ser identificada pelas transformações na dimensão espaço/temporal. Por isso, para alguns autores, o turismo é um fenômeno representativo dessas mudanças, porque se constitui como uma forma particular de relação entre espaço e tempo, demarcando o modo como as pessoas se relacionam com os lugares. Partindo-se dessas questões, foi visto como Augé se refere aos lugares contemporâneos de modo a se transformarem em “não-lugares”. São elementos que configuram a maneira como

os indivíduos se relacionam consigo e com os outros. Trazem como experiência o movimento de “passagem”, encarnado no arquétipo do turismo e refletem-se sobre o indivíduo, através das crises que o movimento provoca. Giddens refere-se ao esvaziamento do espaço, e Bauman, às formas de inserção nos lugares pelo descomprometimento.

Esse contexto traz à tona questões da subjetividade contemporânea, traduzida pelo debate sobre identidade, eu, auto-identidade, *self*, ou termos afins. Busca-se analisar o que é “sólido” ou “frágil”/“líquido” nessas condições. Aspectos éticos ou morais vão aparecer nessas discussões, implicados em reflexividade, sentimentos, sensações.

1.2 As viagens como parte da dimensão humana e o turismo como experiência moderna

A referência ao turismo como fenômeno moderno implica entendê-lo como experiência particular da modernidade, distinta das viagens. Assim, toda forma de turismo pressupõe a viagem enquanto deslocamento físico, mas nem toda viagem é uma experiência turística.

O deslocamento humano por diferentes territórios geográficos e culturais faz parte da história da humanidade, tendo-se relatos de viagens desde as chamadas “primeiras civilizações”, no período conhecido como Antiguidade. Entretanto, pode-se considerar a viagem como uma dimensão do ser humano, por não implicar apenas o deslocamento geográfico, mas por envolver motivações que não se limitam à necessidade de sobrevivência. Nesse sentido, as viagens também envolvem o imaginário e as representações.

Em Octavio Ianni (2000), encontramos a concepção da viagem como “metáfora”. O autor destaca que a história humana tem sido marcada pelas viagens, não só como realidade, mas também como metáfora. Afirma, desse modo, que:

Todas as formas de sociedade, compreendendo tribos e clãs, nações e nacionalidades, colônias e impérios, trabalham e retrabalham a viagem, seja como modo de descobrir o “outro”, seja como modo de descobrir o “eu”. [...] Em geral, a viagem compreende várias significações e conotações, simultâneas, complementares ou mesmo contraditórias. [...] Toda a viagem se destina a ultrapassar fronteiras, tanto dissolvendo-as como recriando-as. Ao mesmo tempo que demarca as diferenças, singularidades ou alteridades, demarca semelhanças, continuidades, ressonâncias. Tanto singulariza como universaliza (2000, p. 13).

Viajar, desse ponto de vista, também pode significar não sair do lugar, quando lemos e ouvimos histórias e vemos imagens de outros lugares. Ianni também se refere ao fato de que a viagem está presente nas Ciências Sociais: “Todo o cientista social realiza algum tipo de viagem quando estuda, ensina ou pesquisa.” (2000, p. 14). Justifica Ianni que se encontra, nos estudos da área, algum “internacionalismo ou cosmopolitismo” em comparações entre culturas e processos sociais, políticos, econômicos, etc.

Ianni considera que a viagem não só é um componente da história humana, mas também é uma necessidade, independentemente da época histórica, uma necessidade de busca constante do diferente, do desconhecido, do outro.

Zeldin (1997) por outro lado, afirma que se busca, através das viagens, fugir de algo. Zeldin (1997) comenta que “[...] as viagens começaram sob forma de peregrinação”. Todas as religiões teriam estimulado as viagens “[...] na crença de que são boas para a alma”. Mas alega que isso, na prática, não aconteceu como se esperava, pois as peregrinações, muitas vezes, levavam a caminhos indesejáveis, na forma de práticas subversivas e ilícitas, como o contrabando. Para Zeldin, a viagem é uma forma de “escapismo”, enquanto fenômeno encontrado historicamente. O escapismo significa a necessidade de se escapar, fisicamente ou simbolicamente, de uma dada realidade.

Zeldin (1997) afirma que todos nós somos escapistas, um aspecto que está na origem da espécie humana, na descendência “de ancestrais que migraram da África e da Ásia”. O que chama “arte do escapismo” aparece através da religião, do misticismo ou da industrialização, que, de acordo com ele, implica “[...] uma escapatória à pobreza. Agora, ela

se torna uma fuga do trabalho para o lazer, para os passatempos favoritos, o esporte” (idem, p. 204). Quando não é possível se escapar fisicamente, escapa-se pela imaginação, seja pela arte, seja pelas drogas, que provocam estados alterados de consciência. Para Zeldin “[...] não houve civilização que não procurasse escapar à normalidade”, o problema, conforme afirma, é saber para onde ir.

Entre as diferentes formas de escapismo, pode se encontrar o turismo. De acordo com Zeldin (1997), o mais interessante em se viajar é “[...] a descoberta de pessoas: é trabalho, requer esforço e o prêmio é a transformação de ambos, visitante e hospedeiro”.

Segundo Castelli (1986), historicamente, as motivações de viagem envolviam interesses econômicos, políticos e militares. Mas outros tipos de interesses também coexistiam com àqueles, como aspectos relacionados à cultura e ao descanso, dentre outros. Independentemente da sociedade, comenta Castelli, “[...] a viagem turística sempre pressupôs a existência de recursos materiais e intelectuais.”

Castelli não entende a viagem turística como tipicamente moderna, ela não seria “privilegio da sociedade industrial”, a diferença seria que, a partir da sociedade industrial, uma proporção bem maior da população estaria inserida no contexto das viagens turísticas. Conforme o autor, “viagem turística” é todo o tipo de viagem que não pretenda “dar seguimento à atividade cotidiana habitual”. Contudo Castelli reconhece que, atualmente, existem atividades cotidianas, como os negócios, que são conciliadas com o turismo.

Segundo Castelli, em sociedades da Roma Antiga, já apareciam atividades de lazer semelhantes as que encontramos nas atividades turísticas modernas. Como exemplo, são citadas as residências secundárias para as altas camadas da sociedade (vilas romanas nas colinas da periferia) e os espaços criados no Mediterrâneo, onde a praia era apreciada pelos romanos, para fins terapêuticos e práticas de esportes. No mesmo contexto, a Grécia teria sido uma “atração turística” para os romanos, como citaríamos nos moldes atuais, apresentando

motivações religiosas e culturais. O autor cita outros momentos no período medieval e renascentista, onde as viagens estiveram presentes, a partir das especificidades do período. Também é possível encontrar, na história das viagens, escritos que visavam orientar os viajantes, incluindo atrações e conselhos, passando por Heródoto, Marco Polo e Francis Bacon.

Hans Enzensberger (1985), de modo similar, associa o fenômeno das viagens ao turismo. Através da história, é possível afirmar que as pessoas sempre viajaram, assim, o turismo não é uma novidade moderna. Enzensberger cita a Roma Imperial, onde, em determinado período, ocorriam práticas muito parecidas com o turismo moderno, mas, ao mesmo tempo, alega que era um turismo de minorias.

O autor é dúbio ao relacionar, em certos momentos, as viagens como sinônimo de turismo e, em outros, o turismo como um fenômeno moderno, distinto das viagens encontradas historicamente. Nesse sentido, Enzensberger refere-se às raízes do turismo moderno, presentes no romantismo europeu, e à relação do turismo com a civilização industrial. Também diferencia que, até o século XVIII, a viagem consistia em objetivos pragmáticos, mas, desde então, passou a significar um fim em si mesma, uma aventura.

Foi no século XIX que, nos dicionários ingleses, surgiram as palavras “turista” (1800) e “turismo” (1811), e já, no início do século XX, o turismo é criticado e denunciado. Segundo Enzensberger (1985), circulava por Londres um livro escrito em 1903, por um turista que lamentava o fato de que, em décadas passadas, não havia “uma multidão desconfortável” de turistas, uma “ralé de viajantes”. Para Enzensberger, críticas dessa natureza resultam de um sentimento de ameaça, por parte das classes privilegiadas, de perderem a posição que a viagem lhes conferia como algo exclusivo de sua classe.

O escapismo também é citado por Enzensberger, mas como resultado da sociedade burguesa, onde se torna necessária a libertação do mundo industrial. Contudo esse esforço de

libertação tornou-se também uma “indústria”, onde “[...] a viagem para fora do mundo do comércio transforma-se ela própria em mercadoria” (Enzensberger, 1985).

O termo “indústria do turismo” tornou-se usual nos estudos do turismo. Enzensberger refere-se à “indústria do turismo”, para expressar o desenvolvimento de conquistas indispensáveis à indústria: regras, montagem e fabricação em série. Afirma o autor: “O turismo é a indústria cuja produção se identifica com sua propaganda: seus consumidores são ao mesmo tempo seus empregados; através das fotos, o turista confirma o fictício como real e esse é o verdadeiro trabalho do turista” (1985, p. 223).

A suposta libertação do mundo industrial através do turismo, de fato, não existe. Para Enzensberger, não é possível se libertar da sociedade, pois o turista a carrega consigo na viagem, ele reflete a “[...] sociedade da qual se procura escapar”.

Outros autores deixam mais explícita a diferenciação entre viagem e turismo. No contexto da modernidade, o caráter das viagens complexifica-se em função de novos contextos e condicionantes sociais. O turismo aparece, nesse quadro, como um elemento da modernidade.

Sendo a relação espaço/tempo importante eixo da caracterização da sociedade moderna, o deslocamento físico, através das viagens, aparece como um de seus aspectos dinâmicos e fundamentais. Enquanto prática social desencadeada por dadas condições tipicamente modernas, temos a organização da atividade turística, configurada em função do deslocamento físico por um determinado período de tempo.

Segundo Sousa (1994), existem análises que buscam os antecedentes históricos do turismo na Antigüidade, mas o autor busca esses antecedentes a partir do Renascimento. Poder-se-ia, então, falar do turismo moderno no contexto de desenvolvimento das estradas de ferro e da locomotiva, onde, na segunda metade do século XIX, viagens coletivas passam a ser organizadas. Esse tipo de atividade foi possível em função do desenvolvimento de certas

condições materiais/técnicas e sociais, que possibilitaram a organização de viagens coletivas, como o desenvolvimento das ferrovias e de seus trens no século XIX e a organização e a regulamentação do trabalho assalariado no início do século XX, que teve como decorrência a organização/regulamentação do tempo de lazer, na forma das férias coletivas.

Nesse contexto, o turismo moderno constitui-se enquanto turismo de massa, o qual se tornou possível a partir de mudanças estruturais associadas ao processo de industrialização do século XIX, como aquelas ligadas ao desenvolvimento material, como o transporte ferroviário, assim como em função de pessoas com capacidade de explorar esses recursos de forma inovadora (a figura do empresário criativo, na acepção de Max Weber), como o caso de Thomas Cook¹², e também daqueles que publicaram os primeiros guias de viagem. Entretanto também é citado que o “boom” do turismo como fenômeno de “massa” corresponde ao período do pós-guerra, contando com um papel decisivo da mídia nesse processo (Boyer, 2003).

Thomas Cook (1808-1892), considerado pioneiro no turismo de massa, começou, nos anos 40, a conseguir tarifas especiais em excursões de trem, na Inglaterra e, em 1856, como relata Boorstin (1992), propagandeou sua “primeira grande *tour* circular do continente”. Ele conseguiu organizar seus empreendimentos de modo tal, a oferecer várias conveniências aos seus clientes, como cupons de hotel e reservas em restaurantes. Esses eventos causavam certa estranheza na época, por aglutinar pessoas de idade e sexo distintos nas ruas, atrás de um guia. Para Cook, seus empreendimentos significavam um “avanço para o progresso humano.” Na América, o processo foi mais lento, mas, na metade do século XX, viajar ao exterior tornou-se um grande negócio (Boorstin, 1992).

¹² É reconhecido o marco dado por Thomas Cook, que, em 1841, começou a organizar viagens em grupo. Além de Sousa (1994), encontramos também considerações sobre Cook e sua importância para o turismo moderno em autores como Urry (1996), Graburn (1989), Boyer (2003), Enzensberger (1985), dentre outros.

A importância de Thomas Cook, no desenvolvimento do turismo de massa também pode ser pensada em relação à questão de gênero, pois, segundo Urry (1996), Cook, em tempos vitorianos, na Grã-Bretanha, “[...] proporcionava uma notável oportunidade para as mulheres, freqüentemente solteiras, viajarem pela Europa sem serem acompanhadas” (p. 43).

Urry (ibid) afirma que, nos últimos 150 anos, o turismo de massa se difundiu na Europa e na América do Norte, e, em seus dizeres, “Ser turista é uma das características da experiência ‘moderna’. Não ‘viajar’ é como não possuir um carro ou uma bela casa” (p. 19).

Conforme Urry, viagens organizadas antes do período industrial existiam, mas como privilégio da elite. “O *Grand Tour* já estava firmemente estruturado no final do século XVII e atendia os filhos da aristocracia e da pequena fidalguia e, no final do século XVIII, os filhos da classe média profissional” (ibid, p. 19). O caráter das viagens foi desenvolvendo-se e modificando-se, mas, antes do século XIX, poucas pessoas viajavam para ver objetos, por razões não referentes ao trabalho ou negócios.

É isso que constitui a característica principal do turismo de massa nas sociedades modernas, isto é, boa parte da população, a maior parte do tempo, viajará para algum lugar com a finalidade de o contemplar e ali permanecer por motivos que, basicamente, não têm ligações com seu trabalho. [...] A viagem é a marca do *status*. É um elemento crucial, na vida moderna, sentir que a viagem e as férias são necessárias (Urry, 1996, p. 20).

Segundo Boyer (2003), contemporaneamente, o turismo tem uma história “[...] imbricada com a história dos meios de comunicação de massa, a bicicleta, o automóvel e com a história da hospedagem econômica, como o camping e as colônias de férias” (p. 15-16).

O conceito de turismo de Boyer traz como aspecto central “uma necessidade cultural da civilização industrial”, enquanto “conjunto dos fenômenos resultantes da viagem e da estadia temporária de pessoas fora de seu domicílio” (20003, p. 16).

Boyer, distintamente de Castelli ou Enzensberger, afirma que o turismo nem sempre existiu. Desse modo, o turismo pode ser situado como um fenômeno associado a aspectos específicos da modernidade, paralelo ao período romântico, ao que afirma Boyer:

O fenômeno designado, na época romântica, por uma nova palavra, por um neologismo, decorre de *The Tour*, termo que, apesar da aparência, não era compreendido pela “Europa francesa” do século 18. *The Tour*, fenômeno original, nasceu e se desenvolveu na Inglaterra do século 18, que fez todas as *Revoluções*: industrial, agrícola, financeira. Acrescentemos a *Revolução Turística*; os aristocratas, os rendeiros da terra, [...] entenderam distinguir-se ao exaltar os valores da gratuidade: a riqueza ociosa, [...] viagens sem obrigação e para os jovens educados nos melhores colégios, a educação recebia seu acabamento com *The Tour*. Acompanhados de seus preceptores, munidos de *Guias*, eles faziam o *tour* da Europa Ocidental. Na volta era *gentleman*; eles tinham o espírito *cosmopolitan*; eram “desprovidos de preconceitos”, [...]. Os enciclopedistas falam da superioridade das nações cuja elite viaja, em relação àqueles cuja nobreza é sedentária (2003, p. 40-41).

Para esse autor, o turismo mudou nossa maneira de olhar a natureza. Também teve papel importante na descoberta do corpo: “Isto pode ser entendido como os corpos abandonados ao sol, liberados, por etapas, das roupas que os continham” (2003).

Boyer destaca o caráter pedagógico no processo de desenvolvimento do turismo, onde antigos guias e diários de viagem (período moderno) já indicavam o que deveria ser visto pelo viajante. Os critérios continham representações simbólicas, pois Boyer cita, por exemplo, que o “charme” e o “encanto” seriam indicadores valorizados que poderiam ser encontrados nas ilhas, onde comenta: “[...] a *felicidade-insularidade*, desde o século 18, é um valor seguro; alguns evocam a nostalgia da felicidade intra-uterina”. Acrescenta que o turista contemporâneo ainda é influenciado pelo ideal romântico, buscando o “exotismo dos privilegiados do século 19.” Com isso, o turismo continua com a mesma essência, segundo afirma.

Boyer (2003) trabalha com a idéia de “invenção” do turismo e seus processos de difusão. Alega que o turismo não é uma categoria universal, mas há distintas formas de turismo e, embora ele se refira ao “turismo de massa”, a partir do pós-guerra, século XX, lembra o autor que os excluídos dos benefícios do crescimento fazem parte desse desenvolvimento, ou seja, em seus dizeres, o “[...] turismo de massa, conserva um importante ‘não-público’ ”.

A concepção de “turismo de massa” tem sido associada aos processos de produção de massa, nas sociedades industriais ocidentais, do capitalismo central, da primeira metade do século XIX. Outro fator que acompanha esse processo e é considerado também responsável pela expansão do turismo, nessas sociedades, é o processo de democratização. Olabuenaga (1995) comenta que o turismo moderno tem resultado da democratização do tempo e do espaço.

O turismo como um fenômeno moderno também pode ser sinalizado a partir da própria palavra “turismo” e de sua origem. Conforme citado anteriormente (Enzensberger), as palavras “turismo” e “turista” aparecem em dicionários europeus, no início do século XIX. A palavra “turismo” tem raiz no inglês *tour*, conforme Sousa (1994), que cita que, no Oxford Reference Dictionary, *tour* significa “[...] prazer de viajar através de um país ou povo, visitando lugares ou coisa de interesse [tradução nossa]”. A origem latina seria retomada no francês, referindo-se a uma atividade que envolve uma classe social “dando voltas” em distintos locais geográficos. A etimologia de “turismo” e “turista”, de acordo com Sousa, tem vínculos com o latim, o hebreu e o francês, este através de palavra associada ao transporte inglês.

Sousa (ibid) chama atenção que as primeiras referências escritas estão em inglês, embora os ingleses não fossem os pioneiros nesse tipo de deslocamento. Alguns autores se referem a esse fato, justificando uma necessidade maior de registro das viagens, devido à peculiaridade da geografia inglesa.¹³

Boorstin (1992) resgata a origem da palavra “viagem”, diferenciando o viajante do turista. Na origem, a palavra “viagem”, em inglês, “travel”, significa (na forma do inglês

¹³ “A palavra era inicialmente grafada como *tour-ist*, no início do século XIX, e o primeiro registro da palavra ‘sigh-seeing’ é de 1847, já acompanhando o agente turista, definido como aquele que ‘expects everything to be done to him and for him’ [‘espera que todas as providências da viagem sejam tomadas por outrem com vistas ao seu bem-estar’]. Um dos primeiros elementos desencadeadores desse processo de transformação foi a invenção da idéia de ‘package tour’, quando providências de viagem foram ‘involucradas’, recebendo uma embalagem” (Araújo, 2001, p. 54).

antigo) o mesmo que trabalho, problema ou tormenta. Na palavra em francês, *travail*, derivada de uma popular palavra latina – “trepalium”, a palavra “viagem”, tem sua origem associada a um instrumento de tortura. Nesse sentido, *travel* implicava em algo laborioso e, desse modo, o viajante era um homem ativo, laborioso, que “passava trabalho”, como se diz no senso comum. No século XIX, passou-se a usar, no inglês, a palavra *tourist*, que, no dicionário norte-americano contemporâneo, se refere a pessoa que viaja com prazer, ou por prazer. A palavra deriva do latim e do grego, em particular.

A partir desses elementos, tendo-se em vista a origem do fenômeno turístico, encontram-se, entre os estudiosos do turismo, variadas concepções de turismo, embora aspectos comuns possam ser encontrados. Entretanto há definições de caráter “institucional” que visam avaliar o movimento de turistas no mundo. A referência, neste sentido, é a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT). Segundo a OMT, o turismo pode ser definido como: “[...] as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fim de ócio, por negócios e outros motivos, não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado [tradução nossa]” (2004).

Segundo a própria OMT, essa descrição permite incluir o turismo dentro de um país e entre países, assim como visitantes que pernoitam e os visitantes de um dia (excursionistas).¹⁴ Nesses termos, para a Organização, o turismo pode ser do tipo interno, receptor, emissor, interior e nacional. A classificação ocorre em diversos sentidos, considerando-se a distância em questão — local, regional, doméstico, internacional — e a direção do fluxo — emissivo e receptivo (Ignarra, 1999).

¹⁴ Ver http://www.world-tourism.org/espanol/statistics/tsa_project/basic_references/castellano/A.1.1.1... Acesso em: 13.07.2004.

Ignarra (1999), ao se referir às classificações do turismo, salienta que é necessário, para tal, que dado local seja considerado destinação turística, o que leva a outras conceituações que podem ser assim sintetizadas:

- a) “atrativo turístico” - enquanto recurso natural ou cultural que atrai o turista para visitaçaõ;
- b) “complexo turístico”- que é um atrativo turístico com certa infra-estrutura material (alimentação, hospedagem, entretenimento, etc.), mas que não é um centro urbano;
- c) “centro turístico” - compõem-se como “[...] aglomerado urbano que tem dentro de seu território ou no seu raio de influência atrativos turísticos capazes de motivar uma visitaçaõ turística”;
- d) “área turística” - é uma “[...] área que circunda um centro turístico que contém vários atrativos e estrutura de transporte e comunicações entre estes vários elementos e o centro”;
- e) “zona turística” - é um “[...] território mais amplo que congrega mais de um centro turístico” (Ignarra, 1999, p. 28).

Esses conceitos dão margem a variações múltiplas, como a concepção de núcleo turístico, pólo turístico, etc., além do termo “recursos turísticos” e, como decorrência, o “produto turístico” (ibid.). São conceitos mais utilizados nas análises econômicas do turismo e apresentam um caráter mais técnico, útil para avaliações mais quantitativas e questões de planejamento turístico, além de servirem para controle dos fluxos turísticos e limites para as migrações entre países, pois é comum que a visitaçaõ a países estrangeiros seja controlada, em diferentes vias de acesso, através de mecanismos de regulamentação da permanência do turista no país visitado. Aspecto complexo e polêmico no contexto contemporâneo, em razão do crescimento de migrantes dos países mais pobres em busca de emprego nos países centrais e do crescimento de ameaças à segurança de populações diversas, como a transmissão de

novas doenças, de caráter epidêmico, e o crescimento de atentados terroristas. São “refugos”, como diria Bauman, das possibilidades de deslocamento/mobilidade atuais.

Os mecanismos de controle de fluxos de pessoas mundo afora podem ser situados no contexto do desenvolvimento dos conflitos mundiais, em particular após a Segunda Grande Guerra, entre os anos de 1940 e 1950. Contudo, anteriores aos processos institucionalizados associados ao turismo, há outros aspectos, não explicitamente institucionalizados, como elementos para as viagens turísticas na modernidade. Dessa forma, o imaginário e as representações de lugares e pessoas têm-se configurado como aspectos presentes no turismo. Nesse sentido, podem-se citar o mar e a praia como espaços moldados pelo imaginário e representações que se configuram como a forma mais expressiva dos primeiros “atrativos turísticos” modernos.

1.2.1 A modernidade e a transformação da praia em objeto de desejo e atração turística

Uma das práticas turísticas contemporâneas mais comuns tem sido a visitação a balneários ou, como se costuma chamar, o veraneio nas praias. Caracterizado pela questão sazonal (verão), a visita às praias pode ser descrita enquanto fenômeno particular do turismo, chamado “veranismo”. Ignarra (1999) expressa esse fenômeno da seguinte forma:

Normalmente esse movimento se faz em direção das cidades litorâneas, onde se curte as praias e o mar. Ele se caracteriza por ser periódico, ou seja, as pessoas procuram geralmente os mesmos lugares todas as férias ou os feriados prolongados. Caracteriza-se, também, por períodos prolongados de permanência nos períodos de férias e por ocupar preferencialmente residências secundárias e não a estrutura hoteleira. Os turistas (veranistas) procuram se hospedar em casas próprias, de amigos, parentes ou alugam essas residências por temporadas (p. 28).

Portanto, o “veranismo”, assim caracterizado, implica a recorrência aos lugares visitados, embora o autor não especifique aqui, a questão das distinção entre “residências

secundárias” e casas de aluguel, tendo em vista que as residências secundárias (propriedades que são ocupadas esporadicamente, não se constituindo como residência principal) são utilizadas pelos proprietários para fins de lazer, em primeiro plano, e não para fins lucrativos, conforme é possível se observar.

Além disso, o “veranismo” pode ser considerado um hábito mais antigo que o turismo. Castresana (1995), por exemplo, afirma que referências para fugir do calor do verão existem desde a época dos romanos, “[...] mas o conceito moderno de veraneio, como fenômeno social de massas, se forja no século XIX”. Esse fenômeno também se refere a uma modalidade de ócio da burguesia, significando uma estadia relativamente prolongada em local longe do domicílio habitual, que coincidia com o verão (ibid.). Alain Corbin (1989) demonstra que esse processo é ainda anterior, originando-se com a aristocracia.

Contemporaneamente, o turismo aparece como uma forma de dispor do tempo livre e, como conceito moderno, surge associado às férias: “[...] falar, pois, do turismo é, sobretudo, falar de férias” (Castresana, 1995). Mais recentemente, o veraneio tem aparecido como atividade familiar. “O veraneio, com efeito, supunha — e supõe — uma mudança nos costumes das famílias e dos indivíduos: diferentes vestidos, diferente alimentação, diferentes horários, muita vida social, desportiva, etc... [tradução nossa]” (p. 39).

Graburn (1989) resgata a origem da palavra “férias”, ao comentar que muitos norte-americanos e europeus vêem a vida como a alternância de dois modos de existência — viver em casa e trabalhar por longos períodos seguidos de férias longe de casa por curtos períodos; há uma idéia de que não sair de casa durante as férias não é férias. A palavra “férias”, em inglês, “vacation” (em espanhol “vacación”), denota o que está vago ou vazio. Nas palavras de Graburn: “The very word vacation comes from the latin *vacare*, ‘to leave (one’s house) empty,’ and emphasizes the fact that we cannot properly vacation at home.” (ibid, p. 23). Desse modo, as “férias” implicam deixar-se a casa vazia.

Por outro lado, o movimento de se deixar a casa “vazia” resulta em se ocupar um outro espaço, noutra lugar, preencher um outro vazio. Esse movimento, porém, está associado a processos coletivos e tem-se tornado um espaço para o mercado atuar. Castresana (1995) afirma que o mercado do turismo teve como fundamentação um “mercado de veraneio”, iniciado no século XIX, mercado este que exigiu certas pré-condições: um espaço geográfico especializado em oferecer “veraneio”; criação de uma demanda estável em torno de uma população “veraneante”, “veranista”; o surgimento de empresas especializadas em serviços de veraneio e uma rede de transportes enquanto transporte de massas.

No caso brasileiro, a praia pode ser considerada um dos principais destinos turísticos durante o verão. Muitas vezes, faz-se “qualquer coisa” a fim de se “escapar” para a praia. Ferrara (2002), ao falar da “escapada” de finais de semana e feriados prolongados, refere-se a um processo de “contraface da cidade”, um “turismo espúrio e não reconhecido como escolha de lazer e ocupação do tempo livre”. No verão, o sol torna-se um elemento-chave, simbólico e mítico, nos seus dizeres, “[...] misturado à imagem icônica antropomórfica de alegria simplificada em traços básicos, simples, quase infantis. Um sol onipresente para lembrar que a situação é de ócio e de lazer” (ibid., p. 66).

De acordo com Yázigi (2001), as praias ocupam um lugar especial para os brasileiros, elas são “portadoras de um clima marcado”, ou se vai à praia, ou se vai à montanha. Através do mar, difundem-se esportes náuticos que chegam a “[...] criar novos tipos humanos como o surfista”.

Identificando, do ponto de vista econômico, quatro tipos sociais em suas escapadas, Ferrara afirma que o que importa nesses casos é -

[...] ir à praia, esticar-se na areia, caminhar ao longo do mar que patrocina, mais do que uma atividade esportiva, um rito habitual de desfilar e mostrar-se sem grandes despesas ou outros esforços, pessoais ou mentais. Mar, sol, areia e o aplauso de uma comunidade cujo valor é aproveitar o ócio como código social que se impõe sem ruído, mas inexoravelmente; assim, racionaliza-se uma pretensa saída para o ar livre (2002, p. 68).

Porém destaca a autora que, nesse deslocamento de escapada, se encontra no lugar buscado o mesmo que na cidade da qual se quer fugir: o trânsito infernal, *shoppings* e supermercados. Cabe salientar que isso vai depender do tipo de cidade praieira (Ferrara faz uma generalização), e vale lembrar que a areia e o mar não estão, necessariamente, em grandes cidades.

O período de férias, diferentemente da escapada, segundo Ferrara (2002), começa na sua espera, é o tempo livre programado devido à regulamentação do trabalho, que também regulamenta o cotidiano, significando a quebra desse cotidiano, o deslocamento e a mudança. Por isso, as férias dependem de “salário, nível de consumo e qualidade de vida”. Em relação à praia, as experiências à beira-mar nem sempre tiveram as mesmas características, e, desse modo, cabe o resgate de alguns aspectos históricos da praia até sua transformação em um dos primeiros atrativos turísticos na modernidade. Destacar-se-ão, nesse sentido, algumas considerações de John Urry (1996) e Alain Corbin (1989).

O Sociólogo John Urry (1996), ao analisar o turismo em geral, afirma que houve a necessidade de criação de condições objetivas para tal, em especial, ligadas a um conjunto de aspectos infra-estruturais, onde se destacam o transporte e a regulamentação do trabalho e do lazer. O caso dos balneários tem papel importante nesse processo de desenvolvimento do turismo e em sua expansão como turismo de massa. Sobre o tema, Urry (ibid) considera alguns aspectos históricos, a partir do caso inglês.

Segundo o autor, vários balneários desenvolveram-se em toda a Europa, no século XVIII, à princípio, com o objetivo medicinal (valorização da água para se beber e se banhar), e, por isso, o mar era associado a um potencial de “cura” — Corbin (1989) relata detalhadamente esse processo.

O suposto poder terapêutico do mar foi sendo difundido durante o século XVIII, pois, relata Urry, nessa época, aumentou o hábito dos banhos de mar. Pode-se, entretanto, deduzir

que, nesse contexto, não há um caráter turístico organizado, o que o autor afirma é que já havia formas estruturadas e ritualizadas para casos de saúde mais graves: “[...] a praia era mais um lugar ‘de cura’ do que ‘de prazer’”. Socialmente, seu acesso era bastante restrito, pois servia para aqueles que pudessem pagar acomodações, e foi, com o tempo, que outros tipos sociais passaram a buscar os banhos de mar. Porém o acesso às praias, por parte de diferentes classes sociais, não foi isento de mecanismos de controle, havendo tentativas de restrição de seu acesso em certas praias. Por outro lado, Urry considera que, sendo o litoral britânico extenso e de propriedade da Coroa, era difícil seu total controle, possibilitando uma maior procura e acesso aos balneários.

Valores modificaram-se no final do século XIX e início do XX, associados ao movimento romântico que valorizava a emoção e a sensação; no caso da Grã-Bretanha, representados por Shelley, Lord Byron e outros. Naquele momento, sugeria-se que se poderia ser emotivo frente à natureza e que se poderia contemplar a paisagem com deleite¹⁵. “O romantismo não apenas conduziu ao desenvolvimento do ‘turismo da paisagem’ e da apreciação de magníficos trechos do litoral. Encorajou também os banhos de mar” (Urry, *ibid.*, p. 39).

Os valores mais “românticos” ligados a emoções, sensações e poesia, através da apreciação da paisagem, levaram ao aparecimento do “turista romântico”. Desse modo, Urry diferencia o que pode ser chamado de “olhar romântico” do que seria um “olhar coletivo”: o primeiro invoca a contemplação solitária, o segundo precisa de público. O olhar público, nesses termos, como “olhar coletivo”, indica que a presença dos outros proporciona “[...] um sentido carnavalesco a um lugar. Indicam que aquele é o lugar onde se deve estar e que não se deve ir para outras paragens.” (Urry, 1996, p. 70). Contemporaneamente, segundo Urry, o

¹⁵ A questão do romantismo, valorização da natureza e demonstração dos sentimentos, enquanto fenômeno moderno, está em Taylor (1997), conforme comentários anteriores.

“olhar turístico” está cada vez mais marcado por sinais “que identificam as coisas e os lugares dignos de nosso olhar” (ibid.).

Ainda, conforme Urry, na primeira metade do século XIX, o crescimento dos balneários foi extremamente rápido, aspecto que o autor associa a um conjunto de novas situações, como a melhoria das condições socioeconômicas das populações urbano-industriais. Nesse processo, buscava-se tanto regular e domesticar a classe trabalhadora, como controlar o uso que faria de seu tempo de lazer. Nessa época, em algumas regiões, os proprietários observavam que folgas regulares contribuía para uma maior eficiência do operário. Passava também a se difundir a idéia de que as férias deveriam ser comemoradas por toda a comunidade, tendo um caráter coletivo. As férias semanais implicavam viagens para o litoral (ibid.).

Nesse contexto, já há disputas entre distintas facções do capital no domínio dos balneários ingleses e diferenças hierárquicas entre os balneários, em termos da infra-estrutura e do acesso de classes. Aos poucos, veranistas mais ricos iam procurando outros lugares, como diz Urry, com “tom social” superiores. O caso inglês é bastante sintomático do sucesso das férias à beira-mar. Afirma Urry que esse tipo de férias foi a forma predominante na Grã-Bretanha, entre as duas grandes guerras mundiais.

Entretanto, passado um período de expansão dos balneários, os mesmos entraram em processo de decadência, numa Inglaterra onde cresceu o turismo como importante indústria de massa. Segundo o autor (ibid.), entre tantas outras possibilidades de turismo, a beira-mar deixa de ser uma experiência turística tão atrativa, nos tempos atuais. Em parte, isso se deve ao fato de se poder construir aspectos da orla marítima em qualquer lugar, como certos tipos de complexos turísticos e parques aquáticos. Um outro fator é que o mar deixa de exercer tanto fascínio após as duas grandes guerras, onde o sol é que passa a exercer maior poder atrativo, mesmo ainda que fosse no plano da saúde, assim, a pele bronzeada significava saúde

e atração sexual, aspecto que desfavoreceu balneários ingleses, onde nem sempre era possível se encontrar o sol, e favoreceu o desenvolvimento de vários balneários no Mediterrâneo, geograficamente mais favorecidos com a presença maior do sol.

Uma outra referência de análise em relação ao padrão europeu ocidental de encarar o mar, a praia e os usos sociais desse espaço é detalhadamente retratado em Corbin (1989), mas, no caso, inspirando-se, predominantemente na França. Na modernidade, o mar passou a exercer um papel peculiar sobre as populações. Corbin descreve as distintas formas imaginárias pelas quais, na Europa, o mar passou a ser retratado e simbolizado, incluindo explicações míticas que vão se transformando historicamente em explicações mais racionais, como a preocupação de ameaça à natureza devido a certas técnicas pesqueiras. O processo de industrialização e seus dejetos também trazem à tona discussões sobre a prática, então tradicional, de despejo de lixo no mar.

Além desses fatores, a população litorânea passou a ser alvo de explicações influenciadas pelo discurso médico, de tradição hipocrática, onde o lugar e seus elementos influenciariam a população, em torno de suas características. A partir de explicações dessa natureza, os litorâneos eram vistos como sendo influenciados pelo “temperamento do mar”, associados, nesse sentido, a uma espécie de “primitividade”. Em contraponto, estava o tipo urbano, considerado “civilizado”, mas angustiado em meio à urbanidade.

Afirma Corbin (ibid.), nesse sentido, que essas representações sobre o povo das praias passou a exercer uma função particular na sociedade, onde essa população é um espetáculo à parte, pois, enquanto, nas cidades, cresce a contestação das hierarquias, “[...] o trabalhador das praias tranquiliza o cidadão”. Essas representações predominariam, segundo ele, até o final do século XVIII, na França. A partir das considerações de Corbin, pode-se pensar o mar, a beira-mar e sua população como o primeiro tipo de “atrativo turístico” em contexto de modernidade.

Como afirma Corbin, “[...] a leitura dos povos da beira-mar efetuada pelos românticos constrói-se sob o signo da nostalgia; [...] O viajante sonha em penetrar na cotidianidade dos pequenos pescadores; ele tenta — ou contenta-se em imaginar — escutá-los na estalagem, em suas cabanas, na praia” (1989, p. 234).

Conforme também destacou Urry (1996), o imaginário romântico influenciou as formas de ver o mar e a praia no século XIX. Associado a outros aspectos desse imaginário, ele se converte, segundo Corbin (1989), num discurso de recusa da modernidade, numa espécie de preservação da natureza, isto é, das praias, pântanos e matagais que não deveriam ser explorados economicamente. Além disso, observa-se a necessidade de preservação também de mitos e lendas associados à praia. O autor cita o fato de que, em revistas francesas, se retratava a “vulgarização” das praias (entre 1820 e 1840), elas “[...] povoam-se de personagens lendários saídos de narrativas populares”. Aspectos que estimulariam a fantasia e uma homologia entre o mar e o psiquismo.

Relata ainda Corbin que “[...] durante o primeiro terço do século XIX, principia e logo se desenvolve uma prolixa literatura da praia, da falésia, da caverna”. Além de as praias se converterem aos poucos em objeto primordial do “olhar do turista” (tomando-se aqui emprestada a expressão utilizada por Urry), Corbin refere-se ao processo de domesticação do povo das praias pela classe ociosa no século XIX, cabe lembrar, segundo aspectos comentados anteriormente, o processo de domesticação dos trabalhadores urbanos, como nos aponta Urry. Segundo o autor (1996), em balneários ingleses, no final dos anos 50 do século XVIII, era possível presenciar o contraste entre classes, de um lado serviçais, de outro, os que buscavam desfrutar dos aspectos considerados medicinais do contato com o mar. Nas palavras de Urry: “O prazer da domesticação nasce também da ocasião de contato social que ela proporciona. [...] Tal relação proporciona ainda o prazer resultante da dominação sobre criaturas até pouco tempo bárbaras” (p. 247-48).

Tuan (1980), ao resgatar alguns aspectos históricos sobre a relação dos seres humanos com a praia, comenta que o banho de mar apareceu no final do século XVIII, mas só se popularizou bem mais tarde, pois havia o obstáculo do “recato das pessoas” em mostrarem seus corpos.

Um outro ponto que povoa o imaginário das praias e a “alma” do turista, tornando-se atrativo para o mesmo, são os naufrágios, conforme descreve Corbin:

A contemplação do sinistro faz parte do voyerismo que se manifesta abertamente nas estações balneares; integra-se ao conjunto de distrações possibilitadas pela construção de marinas, diques e passeios junto ao quebra-mar. Em suma, o equipamento turístico multiplica uma experiência antes reservada às populações litorâneas (1989, p. 261).

Portanto, situações que iriam se popularizar nas práticas turísticas já estavam dadas naquele contexto. Relatos do século XIX já davam conta da presença desse “voyerismo mórbido”, de catástrofes como o naufrágio¹⁶.

Segundo Corbin (ibid.), uma organização estruturada do passeio à beira-mar, só foi possível em um determinado balneário francês construído em 1815. Nesse primeiro modelo de quebra-mar, o turista, ao pagar certa quantia, podia passar um longo período olhando o mar. As formas de estruturação dos passeios à beira-mar vão possibilitar à aristocracia “um novo local de desfile” e, dessa forma, Corbin defende a tese que é a aristocracia, e não a burguesia, que propaga a vilegiatura marítima, provocando o efeito da moda em certos balneários. Os membros de famílias reais, em particular na Inglaterra e na França, tornam-se atrativos para os “distingués”. É a aristocracia, por exemplo, que polariza a vida social em Brighton (Inglaterra), nos anos 30 do século XIX. A análise de Corbin também serve de

¹⁶ A necessidade de se ver o mórbido, através do turismo, é citada na literatura deste final de século XX e início de século XXI, como um fenômeno crescente, configurando um tipo de turismo particular, denominado “dark tourism”, onde a atração central é a visitação de locais que foram palcos de grandes tragédias, como a explosão da usina nuclear de Chernobyl, na extinta URSS e os antigos campos de concentração nazistas (Rojek; Urry, 1997).

referência para a investigação dos usos do mar e seus significados na ilha de Florianópolis, segundo Ferreira, a ser comentado posteriormente.

Procurou-se, até aqui, situar elementos pelos quais o turismo pode ser diferenciado de outras formas de viagem, na história. A viagem aparece como necessidade humana ou como forma de escapismo, que não deixa de ser, também, um tipo de necessidade. Porém a forma de organizar as viagens e os propósitos de viagem caracterizam particularidades no turismo, associadas às formas de organização industrial, no século XIX, que fazem parte do desenvolvimento da modernidade, incluindo as diferenças entre classes sociais, através do trabalho assalariado, assim como, formas de consumo. A própria palavra turismo é moderna, fazendo parte desse contexto.

O desenvolvimento do turismo como fenômeno moderno pode ser entendido enquanto experiência coletiva, dependente de padrões de organização social, em termos de práticas sociais e representações. As mudanças de hábitos e relação com a natureza farão parte desse processo, como pode ser descrito na história dos usos e significados do mar e das praias. O litoral, o mar, a praia transformam-se, no período moderno, de lugar de cura, em lugar de prazer, contribuindo para os contatos com a natureza, mudanças estas associadas ao ideal romântico, como forma de expressão dos sentimentos. Dessa forma, o turismo vai se expressar também como idealização de lugares e pessoas.

A procura pela praia, enquanto atrativo turístico, popularizou-se durante o século XX, associada ao fenômeno do veranismo que se reconfigura na modernidade, como reflexo da institucionalização das férias, do trabalho. O turismo pode aparecer na forma do veranismo, mas nem sempre o veranismo significa turismo. Contudo são movimentos que pressupõem o afastamento do lar e da familiaridade e ocupação de outros espaços sociais e simbólicos.

A constituição do turismo como um tipo de experiência moderna passou a ser estudada, particularmente, após a Segunda Guerra Mundial, quando cresceu, na Europa, a

possibilidade de os trabalhadores assalariados saírem de férias, como turistas, aparecendo academicamente a necessidade de compreensão desses deslocamentos e das interações sociais deles resultantes. Entretanto, assim como têm ocorrido transformações na experiência moderna, transformadas em objeto de reflexão, o turismo como categoria de análise também está presente nesse debate mais amplo. O tema do turismo como categoria de análise nas Ciências Sociais e suas possibilidades de investigação serão apresentados a seguir.

2 A CATEGORIA "TURISMO" COMO OBJETO DE INVESTIGAÇÃO E SUAS FORMAS DE ANÁLISE

2.1 Turismo e Ciências Sociais

O campo do turismo como campo de pesquisa acadêmica ainda é relativamente recente, pois o próprio fenômeno turístico, enquanto fenômeno social mais amplo, disseminou-se a partir da década de 40, após a Segunda Grande Guerra. Segundo Sousa (1994), o turismo passou a ser “objeto de estudo” no período entre-guerras, em países como Suíça, França, Grã-Bretanha e Alemanha¹⁷, inicialmente, como ciência auxiliar da Economia, na análise do movimento de “forasteiros”. No Brasil, o interesse pelos estudos nessa área é posterior a esse processo. Observa-se que essa ainda é uma área pouco explorada e pouco sistematizada, onde encontramos diversos tipos de abordagens provenientes de várias áreas de conhecimento.¹⁸

Nesse contexto, encontram-se, em diferentes tipos de estudos, visões positivas e negativas do desenvolvimento do turismo, desfavorecendo, muitas vezes, a objetividade das análises, no sentido de se partir do princípio de que o turismo, por natureza, é bom, ou é ruim. Acrescenta-se a isso o fato de que os estudos sobre o turismo são, muitas vezes, vistos como “banalidade”. O Sociólogo britânico John Urry (1996), por exemplo, chama atenção sobre esse aspecto, onde a comunidade acadêmica, particularmente, dos cientistas sociais, costuma atribuir pouca importância ao fenômeno.

¹⁷ Os primeiros estudos que iriam possibilitar uma abordagem científica do turismo são na área da Geografia e da Economia, nas duas primeiras décadas do século XX, na Alemanha. Em outros países, o tema apareceu, em bibliografia especializada, nos anos 60 e 70, particularmente nos EUA (Rejowski, 1999).

¹⁸ Aproveitam-se aqui algumas observações presentes no artigo apresentado no Congresso da Rede Mercocidades de 2004, Uma reflexão sobre “turismo” e pesquisa nas Ciências Sociais (Farias; Guimarães, 2004).

Conforme referências anteriores, o fenômeno turístico tem interessado pesquisadores de várias áreas das Ciências Humanas, além dos “turismólogos” em especial. Por isso, é possível encontrarem-se diversos tipos de possibilidades de análise. Entretanto alguns autores têm chamado atenção para os problemas que encerra a compreensão do que venha a ser o “turismo” e o “turista”. É possível, então, encontrar-se, em reflexões mais recentes nos estudos do turismo, a problematização do *status* da categoria turismo como objeto de análise, movimento que acompanha a problematização da categoria modernidade.

Alguns autores, no âmbito das Ciências Sociais, como Rojek e Urry (2000) afirmam que tem predominado, nos estudos do turismo, o caráter economicista do fenômeno turístico. Em parte, isso pode ser o resultado do percurso acadêmico no entendimento dessa problemática, cujos estudos iniciais estiveram atrelados ao campo da economia. O aspecto econômico do turismo implica trocas monetárias/comerciais entre pessoas, lugares, regiões, países, na medida em que, nas sociedades capitalistas, o valor de troca tem uma predominância marcante nas relações sociais. Entretanto, como lembra Giddens (2002), nem todas as relações sociais seguem a lógica do mercado, podendo ser reduzidas às manifestações dessa natureza. Dessa forma, pretende-se aqui destacar outros aspectos que constituem o fenômeno turístico, presentes na literatura das Ciências Sociais, que privilegiam as dimensões socioculturais do turismo.

A fim de sistematizar diferentes concepções do “turismo”, como categoria de análise, e, ao mesmo tempo, possibilitar um olhar mais interdisciplinar, será apresentado um quadro geral, englobando abordagens sociológicas, antropológicas e provenientes da Geografia Humana, demarcando diferentes possibilidades de análise do fenômeno turístico, no campo das Ciências Sociais. Por decorrência, não serão tratadas as análises associadas ao

planejamento ou à gestão do turismo, isto é, associadas às abordagens técnicas sobre o turismo.

Dentre diferentes formas pelas quais podem ser aglutinadas as teorias, autores e concepções sobre o turismo, propõe-se a organização a seguir, mas considerando que há possíveis cruzamentos e/ou complementaridade entre as abordagens. Também se assume que não estão presentes todas as possibilidades de análise, mas busca-se fazer um recorte entre as concepções/autores recorrentes na literatura, dentre outros recortes possíveis, privilegiando-se os campos de conhecimento citados. Cada item, a seguir, indica os eixos centrais sob os quais os autores e/ou abordagens podem ser agrupados.

2.1.1 A questão da “autenticidade” *versus* “inautenticidade” dos atrativos turísticos

Entre as primeiras discussões mais acadêmicas, nas Ciências Sociais, a cerca do fenômeno turístico, temos os trabalhos de Boorstin (1992) e MacCannell (1999), os quais irão se contrapor em torno da seguinte questão: qual é a essência do fenômeno turístico? A discussão vai girar em torno do problema da “autenticidade” *versus* “inautenticidade” dos atrativos turísticos.

Publicado originalmente em 1961, o livro de Daniel Boorstin, *The image — a guide to pseudo-events in America*, tornou-se uma referência nos estudos do turismo. Seu livro, entretanto, não é sobre turismo, mas, a partir de uma perspectiva histórica, Boorstin pretende discutir alguns pontos que entende fazerem parte da sociedade moderna, e, nessa discussão, em um dos capítulos, ele analisa as viagens e o turismo.

Ao caracterizar a sociedade moderna, tendo por referência a cultura norte-americana, o autor relaciona os avanços nas tecnologias da comunicação e sua influência sobre a forma

como as pessoas experimentam a realidade. A forma como se dá a experiência moderna é o que Boorstin chama de “pseudo-eventos”. Os “pseudo-eventos” estariam presentes, segundo ele, em vários aspectos da vida social, incluindo o turismo. É uma concepção que, de certa forma, antecipa as idéias de “simulacro”, em Jean Baudrillard, e “hiper-realidade”, em Humberto Eco.

Tendo por eixo a questão dos “pseudo-eventos”, a tese de Boorstin é a de que nosso mundo é, cada vez mais, construído através de uma irrealidade que está entre nós e os fatos reais. Esse aspecto está associado às nossas “excessivas expectativas do mundo”. Esse seria um processo cíclico, pois, segundo Boorstin, o esforço para satisfazer nossas expectativas mais extravagantes tornaria-as ainda mais extravagantes, o que tornaria nossas ilusões mais atrativas.

Para explicar o que são “pseudo-eventos”, Boorstin apresenta suas características, que podem ser assim resumidas:

- a) seu caráter não é espontâneo, mas incitado;
- b) é incitado ou estabelecido (de certo modo forjado; o autor usa a expressão “planted”), na maioria das vezes, para ser relatado ou reproduzido, tendo tanto mais sucesso, quanto mais largamente se difunde;
- c) sua relação com a realidade básica de uma situação é ambígua e, por isso, torna-se interessante;
- d) geralmente está destinado a ser uma profecia que se auto-realiza (Boorstin usa como exemplo a idéia da celebração do trigésimo aniversário de um hotel, onde, ao se dizer que ele é uma instituição distinta, isso o faz tornar-se distinto).

Portanto, os “pseudo-eventos” são fenômenos ambíguos e produzidos artificialmente. Boorstin afirma que, na primeira metade do século XX, uma grande parte de nossa experiência, o que vemos, ouvimos, lemos, tem-se constituído de “pseudo-eventos”. Sua

origem e história é a própria história da América moderna, aspectos que o autor remete aos avanços nos meios de comunicação, como a imprensa, a fotografia, o telefone, o rádio e a televisão, portanto, tudo o que veio a se constituir como mídia, capaz de reproduzir e difundir eventos. Boorstin cita vários fatos, em especial de caráter político, impactados pelos meios de comunicação. Ele afirma que, de modo muito sutil, o crescimento dos “pseudo-eventos” tem misturado nossos papéis, como atores e espectadores, mais do que isso, oscilamos entre esses papéis.

Segundo o autor, de modo distinto à propaganda, os “pseudo-eventos” complexificam a experiência humana, e, em uma sociedade democrática, como a norte-americana, é possível a criação de “pseudo-eventos”, devido à liberdade de expressão. Há muitos tipos de interlocutores nesse processo, mas o seu resultado seria algo fantasioso, isto é, para Boorstin, o cidadão norte-americano vive num mundo de fantasia, mais real do que a realidade, onde a imagem tem uma importância fundamental.

Uma das formas pelas quais os “pseudo-eventos” são produzidos está presente nas viagens e no turismo. Boorstin resgata, historicamente, as dimensões das viagens, para demonstrar como, nas sociedades modernas, elas adquirem o caráter de “pseudo-eventos”, transformando-se em turismo. O turismo, desse modo, vai corresponder a um conjunto de mudanças encontradas nas sociedades modernas, que transformam a natureza das viagens em termos de seus significados e práticas.

Para explicar essa transformação, Boorstin indica alguns elementos que simbolizam a mudança de nossas atitudes em relação à viagem. Um dos motivos mais antigos para se viajar, segundo ele, é encontrar-se o não-familiar, com a expectativa de que as coisas são diferentes em outros lugares. Na história humana, as viagens têm estimulado a imaginação e mostrado ao ser humano que há diferentes maneiras de se viver. Isso pode ser associado ao significado atribuído à aventura. Conforme o autor, a palavra “aventura”, na sociedade moderna, perde

seu impacto, tornando-se mais vazia, onde qualquer coisa pode ser caracterizada como uma aventura, enquanto uma experiência a ser vendida. A mudança de sentido do que venha a ser de fato “aventura” é, para Boorstin, um “[...] sintoma da penetração de pseudo-eventos e um símbolo de como frustramos a nós mesmos através de nossas expectativas exageradas da soma de ‘aventuras’ inesperadas [...]” (1992, p. 78).

A análise de Boorstin pode ser vista a partir de explicações da lógica de desenvolvimento capitalista e de avanço dos processos de mercantilização nas diferentes esferas da sociedade, embora ele não se refira a esses aspectos estruturais do capitalismo em sua análise. É nessa dimensão que a figura moderna do turista aparece. O autor busca demonstrar que o caráter das viagens, a partir do século XIX, é distinto do de outrora, nas maneiras de se pensar e sentir, pois não conseguimos, através delas, entender melhor os outros povos. Há mais facilidades para se viajar, mas a experiência de se “estar lá” e o que é trazido de volta são muito diferentes. Segundo ele, essa experiência tem se tornado “diluída, inventada e pré-fabricada”. Desse modo, o turista norte-americano moderno “preenche sua experiência com pseudo-eventos.” Portanto, a experiência turística moderna está permeada de “pseudo-eventos”. O turista tem buscado mais estranhamento e familiaridade que o mundo natural oferece, espera que o exótico e o familiar possam ser feitos para serem pedidos, sob encomenda (o autor cita o exemplo de se esperar ter no coração da África o mesmo conforto que se tem em casa).

Em contraposição a essa situação, Boorstin recupera, historicamente, as condições de viagem que costumavam ser “desconfortáveis, difíceis e caras.” Na Europa, homens, preparados do ponto de vista cultural, viam as maravilhas culturais e costumavam gabar-se de suas viagens. Escreve Boorstin: “For Europeans foreign travel was an institution of exiled monarchs, adventuring aristocrats, merchant princes, and wandering scholars” (1992, p. 83).

Nesse contexto, a experiência de viagem era uma aventura, pois poucos tinham recursos para tal ou enfrentavam as suas dificuldades. O caráter das viagens ao exterior começou a mudar em meados do século XIX. Antes, viajar envolvia muito planejamento, recursos e tempo, acarretando risco, inclusive de vida. Uma das diferenças básicas dessa transformação, para Boorstin, está no caráter do viajante, que de “ativo” passou a ser “passivo”, e afirma: “Ao invés de um exercício atlético, a viagem torna-se um esporte de espectador. Esta mudança pode ser descrita numa palavra. Foi o declínio do viajante e o surgimento do turista” (1992, p. 85).

Boorstin quer ressaltar que o viajante (*traveler*) trabalhava em algo, mas o turista (*tourist*) tornou-se aquele que busca prazer. O viajante esforçava-se em buscar aventuras, experiência, pessoas. O turista, ao contrário, espera que coisas interessantes aconteçam.

Observa Boorstin que o surgimento do turista tornou-se possível quando atrativos de viagens puderam ser embrulhados em pacotes — o *package tour* —, o que implicaria comprar coisas agradáveis. Cabe observar que o autor está se referindo às experiências de viagem para fora do país, do tipo turismo internacional, cuja forma de organização é promovida através de agências de viagem. Cita, contudo, que essas mudanças têm sido possíveis, devido às facilidades criadas no transporte, diminuindo riscos e desconfortos, onde o transporte de longa distância se torna um produto industrial de massa, podendo ser barato e vendido a várias pessoas, e, assim, a viagem ao exterior tem sido democratizada.

Uma outra diferença que Boorstin estabelece para diferenciar o viajante do turista é que o primeiro costumava ir ao encontro dos nativos, mas, segundo ele, isso não ocorre com o turista, pois as agências de viagens buscam “evitar esse encontro”, além do que, afirma, as agências estão sempre inventando formas eficientes de isolar o turista.

Ao contrário dos relatos de antigos viajantes, onde o hospedeiro era uma figura familiar, cheia de sábios conselhos e conhecimento local, hoje se torna, em sua visão, uma

figura obsoleta, pois, se tudo está bem planejado, o turista é salvo de negociar com os nativos para chegar aonde quer, e as compras ainda são uma das poucas formas onde o contato com os nativos ocorre. Boorstin ainda cita as experiências em cruzeiros e as viagens de avião. Em cruzeiros, esse contato acaba também sendo mais direto. Quanto às viagens de avião, tornam-se também uma experiência particular, como ele diz, ao citar sua viagem dos Estados Unidos a Amsterdan, “[...] o aeroplano roubou-me da paisagem”. É uma experiência onde se chega a algum lugar sem a experiência de se ter ido, e, nesse contexto, quando os riscos são irrisórios, a experiência de se “estar lá” pode ser mais vazia e trivial. Afirma ainda: “Quando chegar lá era mais problemático, estar lá era mais vívido”.

Embora Boortin refira-se às viagens organizadas por agências de viagens, não significa que aspectos semelhantes não possam ser encontrados nas viagens turísticas que não são organizadas em “pacotes turísticos”. A antecipação da experiência do “não-lugar” (Marc Augé) também pode ser encontrada aqui, ao serem citadas as cadeias internacionais de hotéis norte-americanas como modelos da modernidade norte-americana: interiormente não são distinguíveis entre si, podendo-se perceber que se está em um lugar diferente apenas olhando para fora. Além do que, afirma Boorstin, os responsáveis esforçam-se por proporcionar um clima de “atmosfera local” e isolar as pessoas do local real onde estão. Esse esforço de isolamento também pode ser encontrado em outros países, em especial, no que diz respeito às atrações para os turistas. De acordo com o autor, essas atrações seriam constituídas como “[...] um produto artificial para ser consumido em muitos lugares enquanto a coisa real é livre como o ar”.

É a partir dessa “produção artificial” para o turista, como característica do turismo moderno, que Boorstin discute a experiência turística como “inautêntica”, inaugurando o debate em torno da oposição entre autenticidade e inautenticidade como questão central do fenômeno turístico. Para ele, a aproximação do turista com a realidade, de fato, não existe,

porque o turista não encontra o que é verdadeiro ou autêntico, mas encontra os “pseudo-eventos”, aquilo que é artificial, inautêntico. Nesse contexto, existiria um conjunto de práticas que afastariam o turista do contato com o real. Boorstin cita, por exemplo, uma cena onde os nativos são mantidos afastados ao serem visitados, “[...] enquanto os turistas no conforto do ar-condicionado os vêem através de uma paisagem pela janela”.

Mas a questão primordial é que esse cenário onde a realidade não está ao alcance, onde é inautêntica, é o que justamente atrai¹⁹ o turista. Boorstin vê como problemáticas as atrações turísticas, por sua falta de originalidade e artificialismo. Em muitos lugares, os nativos tornam-se “imitadores desonestos de si mesmos”, para satisfazerem os turistas.

Situações dessa natureza acabam sendo incorporadas socialmente, pela criação de um conjunto de expectativas de ambas as partes — nativos e turistas. O autor cita o exemplo dos livros-guias²⁰ para turistas, que, além da publicidade, têm contribuído para aumentar as expectativas dos turistas e fornecer aos nativos o que deles é esperado.

As primeiras edições de livros-guias já alertavam para um tipo de comportamento necessário ou mais adequado para o turista. O pioneiro guia de Karl Baedeker buscava, segundo Boorstin, “[...] salvar seus leitores de encontros desnecessários com os nativos”, livrá-los de mosquitos e outros inconvenientes do gênero, alertar para cuidados com a alimentação e, até, indicar os valores apropriados para gorjetas. Em alguns casos, ele até instruía como o turista deveria comportar-se para não chocar os nativos (ibid.). De acordo com o autor, sua invenção mais poderosa foi organizar o “sistema de estrelas” para os lugares (*sites*); seu esquema passou a ser adaptado por outros editores de livros-guias. Os turistas,

¹⁹ Sobre a origem da palavra “atração”, conforme Boorstin, seu uso data de 1862, com o significado de algo que impulsiona as pessoas a algum tipo de diversão com o que está sendo exibido (“[...] a thing or feature which ‘draws’ people; especially, any interesting or amusing exhibition” (1992, p. 103).

²⁰ O alemão Karl Baedeker (1801-1859) teria sido o pioneiro dos “guide-books”, editando seu primeiro guia em 1829. Seu negócio popularizou-se e expandiu-se, principalmente, depois da Segunda Guerra Mundial (Boorstin, 1992).

então, deixam de ser exploradores e vão atrás do que está indicado pelas “estrelas”, do que “merece” ser visto, buscando a caricatura e não a autenticidade, ao que afirma Boorstin: “Onde quer, no mundo, que os turistas americanos vão, então, eles estão preparados para ser comandados pela lei dos pseudo-eventos, pelo qual a imagem, a imitação bem feita, brilha mais do que o original” (ibid., p107).

Boorstin, a partir dessas análises sobre o turismo, vai ser criticado, por considerar o turista passivo e alienado, que aceita acriticamente atrativos que não são autênticos, submetendo-se à reprodução dos “pseudo-eventos”. Essa discussão passou a ter continuidade, particularmente, com a publicação do livro de Dean MacCannell *The tourist; a new theory of the leisure class*. Publicado, originalmente, em 1976, MacCannell apresenta uma visão mais positiva do turista, contestando a imagem alienada e passiva auferida por Boorstin.

MacCannell inspira-se na tese de Veblen (1983) de que o lazer reflete a estrutura social, porém não centra sua discussão na questão de classe, como Veblen, mas busca perceber outras estruturas na sociedade moderna que nos ajudariam a entendê-la melhor. Seu trabalho propõe-se a ser um novo tipo de etnografia da sociedade moderna. Ele oferece, de modo otimista, a “[...] possibilidade que o turismo poderia contribuir para a simultânea ‘desconstrução da atração’ e ‘reconstrução do autêntico outro’” (1999, p.xii).

MacCannell, ao introduzir a edição de 1989, considera que muitas das coisas descritas que poderiam ser analisadas sob a expressão “pós-moderno” já apareciam na primeira publicação. Talvez, afirma ele, “o turista” tenha sido prematuramente uma figura pós-moderna, um nômade, mas a forma como as questões foram interpretadas não seria a mesma, se fosse pensada à luz das teorias da pós-modernidade. Ele não pretende, entretanto, argumentar que a pós-modernidade seria uma época distinta.

MacCannell, nessa obra, apresenta um estudo sociológico do turista. O autor introduz seu trabalho, esclarecendo os dois sentidos nos quais usa a palavra turista: um dos sentidos é o

de identificar os turistas como *sightseers*²¹. Os turistas *sightseers*, aos quais se refere, são, principalmente, de classe média, organizados no mundo inteiro em busca de experiências. Num segundo sentido, MacCannell refere-se ao turista verdadeiro, real, afirmando: “Nossa primeira apreensão da moderna civilização, a mim parece, emerge na mente do turista” (ibid., p. 1).

O autor afirma querer entender o papel do turista no mundo moderno independentemente de certas estruturas teóricas, mas, ao analisar suas próprias anotações, descobriu que suas interpretações coincidiam com questionamentos iniciados por Durkheim, ao estudar a religião primitiva.

Sua tese central baseia-se na expansão empírica e ideológica da sociedade moderna, que pode ser intimamente ligada às diversas formas do lazer de massa moderno, em especial, ao turismo internacional. Ele critica a Sociologia por ter desmembrado a sociedade moderna em vários campos de estudo, como as classes, a cidade, etc. Contudo é necessária uma abordagem que ligue vários desses subcampos juntos numa mesma estrutura, tarefa nada fácil, admite.

MacCannell inspira-se em Erving Goffman e Lévi-Strauss na construção de seu método de análise — ele busca a existência de uma instituição ou atividade que possa fornecer uma explicação da estrutura social moderna. Nesse sentido, as atividades organizadas de visitantes internacionais parecem, argumenta ele, servir a esses propósitos. A figura do turista moderno compartilharia aspectos em comum com os cientistas sociais: “By following the tourists, we may be able to arrive at a better understanding of ourselves. [...] And modern

²¹ *Sightseers*, em português, assemelha-se à expressão “turista”, ou aqueles que vêem uma cena, um panorama, os “*sights*” (segundo dicionários, *sight* refere-se à vista, visão, panorama, enquanto *sights*, significa locais interessantes para se conhecer ou atrativos turísticos, *sightseeing* é o turismo, ou aquilo que é turístico, *sightseer* é excursionista, turista, visitante). Portanto, o sentido da visão é o eixo central da existência dos *sightseers* (aspecto que John Urry, 1996, vai explorar em *The tourist Gaze*).

tourists share with social scientists their curiosity about primitive peoples, poor peoples and ethnic and other minorities” (ibid., p. 5).

O autor afirma que esse é um trabalho de Sociologia do lazer, onde o lazer está deslocando o trabalho do centro da organização central moderna. Esse fenômeno pode ser observado desde os anos 60, onde muitas formas de organização estão surgindo baseadas em atividades de lazer, e, nessa modificação, o trabalho está sendo transformado em objeto de curiosidade turística (ele usa, como exemplo, as pirâmides do Egito).

Afirma que, como turista, o indivíduo pode ir rumo ao drama universal da modernidade, contudo não parece claro, na sua análise, que drama seria esse. MacCannell considera que a visão da modernidade, vista pelos cientistas sociais — a qual engloba a expansão da urbanização, da alfabetização, dos cuidados com a saúde —, o trabalho racionalmente organizado, a mobilidade geográfica e econômica e a emergência do Estado-nação são características superficiais, pois, em sua estrutura mais profunda, existe uma totalidade, “[...] uma mentalidade que coloca a sociedade moderna em oposição tanto ao seu próprio passado e às sociedades do presente que são pré-modernas ou subdesenvolvidas” (p. 8). Nesse contexto, a modernidade torna-se vitoriosa pela preservação artificial e reconstrução do mundo não moderno (por exemplo, movimentos sociais em direção ao naturalismo, cultos de música *folk*, etc.). MacCannell não vê com pessimismo esse aspecto da artificialidade do mundo moderno e discorda da posição de Boorstin nesse sentido.

Do ponto de vista analítico, os turistas, diz ele, não são criticados, por Boorstin e outros, por deixarem suas casas para visitar *sights*, mas porque se satisfazem com experiências superficiais das pessoas e lugares. MacCannell, entretanto, de forma mais positiva, contesta a suposta superficialidade do turista; para ele, o turista envergonha-se, não por ser turista, mas por não ser turista o suficiente, em não conseguir ver tudo o que deveria. Ao contrário da superficialidade, o turista quer envolvimento: “Todo turista deseja este

envolvimento mais profundo com a sociedade e a cultura em algum grau; este é o componente básico de sua motivação para viajar” (1999, p. 10).

MacCannell afirma que as atrações turísticas são elementos que estão fora de seu contexto original, eles representam a diferenciação que constitui a modernidade. A modernização separa coisas e lugares, quebra a solidariedade e tradições de grupo, mas libera as pessoas dos vínculos tradicionais em direção ao mundo moderno, assim, diz MacCannell, “[...] como turistas elas podem tentar descobrir ou reconstruir uma herança cultural ou uma identidade social.” Nesse contexto, o autor acredita que o turista teria uma missão: a de reconstrução de uma tradição modificada ou perdida. MacCannell, porém, não deixa claro qual o sentido dessa reconstrução para a sociedade moderna.

De qualquer modo, o turista, nessa perspectiva, aparece como um elemento capaz de “integrar” os aspectos fragmentados e descontínuos da sociedade moderna. Em sua análise, de certo modo, MacCannell transfere poder à figura do turista, que teria um importante papel social a cumprir. A análise da sociedade moderna também implica tomar-se um de seus elementos fundamentais, a cultura. Inspirando-se em Goffman, o autor refere-se às “experiências culturais” como processo que faz parte do turismo. A cultura não é vista por ele como consenso, pois toda estrutura social é diferenciação, portanto, não haveria uma totalidade cultural.

O turista, na sua visão, é representado pela classe média. Sob esse ângulo, ao invés de refletir o problema clássico da alienação do trabalho/trabalhador, é possível que as pessoas se conscientizem sobre a condição moderna. A questão clássica da alienação, através do trabalho industrial, ao invés de solucionar o problema moderno de separação entre coisas e lugares, fracassa porque provoca repulsa ao indivíduo “[...] levando-o a buscar sua identidade ou alma em atividades fora do emprego: na música, nos esportes, na igreja, [...]” (ibid., p.36).

O trabalho no mundo moderno, segundo MacCannell, não volta classe contra classe, mas volta o homem contra si mesmo, pois sua existência está dividida. Esse processo implica aspectos ritualísticos, que vão povoar as atitudes do turista, ao chegar aos lugares procurados.

Distintamente de Boorstin, MacCannell afirma que a consciência turística é motivada pelo desejo por experiências autênticas, embora reconheça que se torna difícil se ter certeza de quais experiências de fato são autênticas. Ele critica a idéia de “pseudo-eventos”, embora considere que Boorstin abriu uma discussão importante, mas, por outro, ela não ajuda na análise da expansão do turismo sob modernização, pois, de forma negativa, essa visão contribui para uma atitude do tipo “Eles são os turistas, eu não sou”.

O rechaço ao turista, resultado dessa visão negativa, também pode ser encontrado, quando se trata da avaliação do desenvolvimento de uma região em função do turismo. Essa questão, segundo MacCannell, tem possibilitado dois tipos de posições políticas: uma posição mais favorável, onde muitos planejadores de “economias marginais” buscam no turismo uma nova forma de ganhar dinheiro e, por outro lado, uma posição do tipo “antiturista”, posição esta defendida por liberais (*modernized liberals*) e “radicais” do Terceiro Mundo, que questionam o sentido do desenvolvimento turístico para a população, pois entendem que o turismo altera a tradição local, ao mesmo tempo que o capital gerado volta ao seu ponto de origem, isto é, para as grandes corporações em países ricos.

Ambas as posições são criticadas por ele. No primeiro caso, os planejadores percebem o turismo apenas do ponto de vista econômico, como um novo tipo de indústria — a “indústria do turismo”. No segundo caso, a expansão do turismo é vista de forma negativa, como se as pessoas não pudessem ter acesso a outras culturas. Porém, para MacCannell, ambas as posições se baseiam no mesmo fato — o turismo tem crescido de modo mais rápido do que as instituições podem suportar.

Boorstin e MacCannell levantaram questões centrais da experiência turística e sua relação com a sociedade moderna, ou com a modernidade, questões que continuam como referência no estudo do fenômeno turístico. Permanece, portanto, no debate atual, a questão do significado do turismo: o turista, afinal, buscaria atrativos autênticos e o envolvimento com outras culturas, ou buscaria a cópia, os elementos artificiais que não requerem o envolvimento com a população visitada? Cabe lembrar que as referências dos autores dizem respeito a um tipo particular de turismo, que é o turismo internacional, promovido pelas agências de viagens, onde a questão das diferenças culturais está mais presente.

2.1.2 O turismo como mecanismo de evasão do cotidiano

As análises de Boorstin e MacCannell, ao tratarem da questão da alienação e consciência, na sociedade moderna, através da figura do turista, levantaram um outro aspecto que contribuirá na caracterização do fenômeno turístico. Trata-se da necessidade de evasão, como motivo central para o turista ser, de fato, “turista”, ou seja, viajar estando em férias.

Jost Krippendorf é um dos autores que defende a tese de que o turismo é um mecanismo de evasão, fazendo parte da sociedade industrial. Sua concepção central sobre o turismo foi publicada, originalmente, em 1984, em Zurique, no livro *Sociologia do Turismo*, para uma compreensão do lazer e das viagens (título em português, publicado, no Brasil, em 1989). Afirma Krippendorf que o turismo faz parte do ciclo de funcionamento da sociedade industrial, um “ciclo de reconstituição do ser humano”, cujo elemento central é a necessidade do “escapismo”. Nesse contexto, encontra-se uma “indústria do lazer”, cujo mecanismo possibilita e alimenta diferentes formas desse escapismo.

Nessa perspectiva, o turismo teria um importante papel: manter o funcionamento do cotidiano²². Desse modo, a necessidade contemporânea de viajar é fruto do tipo de cotidiano que se leva na moderna sociedade. Afirma o autor que as pessoas “Sentem necessidade urgente de se desfazer temporariamente do fardo das condições normais de trabalho, de moradia e de lazer, a fim de estar em condições de retomá-lo quando regressem” (1989, p. 17).

A necessidade de se sair da chamada “condição normal” seria resultado de uma carência de lazer e prazer, que não é possível de ser realizar na cidade, onde predomina a preocupação com o trabalho.

Para Krippendorff, o turismo é um fenômeno moderno, pois apresenta uma natureza distinta das viagens de outrora. Viaja-se porque o avanço dos meios de transporte permite e porque o cotidiano se torna insuportável e não porque há o desejo da descoberta ou do aprendizado.

A estrutura social das cidades levaria, então, a uma crescente mobilidade física, onde as pessoas aproveitariam, sempre que possível, escapar da cidade, isto é, do cotidiano. Contudo, segundo o autor, esse não é um processo consciente e livre, mas induzido, diz ele, como “[...] quem obedece a uma ordem”. Krippendorff, nesse sentido, percebe o turismo como um fato social, cumprindo um papel fundamental na manutenção da ordem social (ao estilo da análise durkheimiana). Enquanto parte de um “ciclo”, o turista, portanto, sempre volta ao local de origem, e, assim, esse escapismo é momentâneo e faz parte de uma ordem, o que distingue o turismo de outros tipos de deslocamentos físicos, como as migrações, por exemplo. O trecho a seguir representa o funcionamento desse ciclo:

[...] viajamos para recarregar as baterias, para reconstruir as forças físicas e mentais. Durante a escapada, consumimos o clima, a natureza e a paisagem, a cultura e o seres humanos das regiões visitadas, que transmutamos em ‘espaços terapêuticos’. A seguir, voltamos para casa, mais ou menos em forma, para arrastar o cotidiano

²² Eixos básicos desses argumentos também são encontrados no artigo do autor *Tourism in the System of Industrial Society*, publicado, em 1986, na *Annals of Tourism Research*.

durante um certo tempo — até a próxima vez. O estratagema foi bem-sucedido. Entretanto, o desejo de voltar a viajar logo e com mais frequência ainda vai ressurgir rapidamente dentro de nós, [...]. É desta repetição permanente de necessidades insaciadas e insaciáveis que o ciclo tira sua dinâmica própria. [...] Trabalhamos sobretudo para poder sair de férias, e temos necessidade das férias para poder retomar o trabalho.[...] O turismo como terapia da sociedade, como válvula que faz manter o funcionamento do mundo de todos os dias (1989, p. 18).

Através desse processo, a sociedade manteria uma certa estabilidade. Pesquisas citadas pelo autor comprovariam que, após mudarmos de ambiente, sentiríamos a necessidade de voltar à estabilidade anterior, assim, viajamos para voltar, diz Krippendorf e, ao voltarmos, achamos “[...] que as coisas cotidianas não são tão ruins assim em casa”.

O autor estabelece um modelo de interações para explicar as mútuas influências entre sistemas sociais, no qual encontramos o cotidiano e o anticotidiano. Sua perspectiva funcionalista vai também numa direção sistêmica; ele destaca quatro subsistemas: subsistema sociocultural, subsistema econômico, subsistema ecológico e subsistema político. No centro da interação desses subsistemas, está, de um lado, o pólo das viagens/lazer (o anticotidiano) e, de outro, o pólo do trabalho/moradia (o cotidiano). Portanto, encontramos a contraposição trabalho/lazer como parte da natureza da atividade turística.

No esquema proposto por Krippendorf, esses subsistemas têm pesos diferentes, sendo que o subsistema econômico subordina os demais, o que significa que “[...] todas as atividades arriscam-se literalmente a ser comercializadas”. O autor critica o incessante ciclo econômico e sua preponderância, advogando uma harmonização entre todos os subsistemas, destacando a importância da mudança de nossos valores. O equilíbrio seria, então, um estado ideal na vida humana, mas alega o autor ser difícil mantê-lo no mundo industrial.

Krippendorf comenta que a visão comum do “cotidiano” é recheada de conotações, predominantemente negativas: “imundície, tumulto, trabalho,...” e, portanto, o anticotidiano e as viagens são, por excelência, marcadas pela positividade. Buscar a razão pela qual os

indivíduos saem a viajar é encontrar condicionantes sociais e não uma mera decisão pessoal. A viagem também confere prestígio, em síntese, é também uma coerção social.

Há várias interpretações por parte da psicologia do turismo à cerca das motivações que levam as pessoas a viajarem a lazer, sendo que não há apenas uma razão para cada indivíduo. Nesse sentido, Krippendorff cita algumas pesquisas (década de 80) sobre as motivações para viajar, nas quais são encontrados vários tipos de respostas, não havendo diferenças significativas entre os países.²³ Acrescenta que os tipos de motivações citadas têm sofrido algumas alterações desde o início desse tipo de pesquisa, nos anos 60, aumentando, a partir dos 70, o leque de motivações mais “ativas”, como brincar, jogar, etc. Entretanto a motivação principal têm permanecido a mesma, a chamada “higiene psíquica”.

Assim, várias interpretações acerca das motivações essenciais aparecem: tais como “viajar é descansar, se refazer”; “viajar é compensar e se integrar socialmente” ; “viajar é fugir” (fugir do cotidiano que aprisiona, de si mesmo, do clima...); “viajar é comunicar” (há uma necessidade de maior interação social e tem-se mais tempo para as pessoas, mas pesquisas mostram que a maioria dos turistas não sente necessidade urgente de se aproximar dos habitantes das regiões visitadas e podem existir vários motivos para tal, como, por exemplo, a inibição); “viajar é alargar o próprio horizonte”; “viajar é ser livre e autônomo”; “viajar é partir à descoberta de si mesmo”; “viajar é ser feliz” (estado de harmonia e falta de tensões).

De tudo isso, conclui o autor que o viajante é um ser complexo, difícil de ser classificado, mas é possível perceber a centralidade da motivação de se deixar algo, mais do

²³ Entre os cinco primeiros motivos mais citados, temos: (a) desligar, relaxar; (b) fugir da vida diária, mudar de ambiente; (c) recuperar as forças; (d) estar em contato com a natureza; (e) ter tempo para o outro (um para o outro). Cabe destacar que, na lista citada (1989, p. 49), não há referência explícita ao desejo de conhecer a população visitada. Esse mesmo tipo de pesquisa traz também dados sobre as atividades preferidas das pessoas em férias, sendo que, também como no caso anteriormente referido, várias atividades podiam ser listadas. Encontramos aqui, entre as cinco atividades mais citadas: (a) passeios; (b) nadar, banhos de mar; (c) excursões pelos arredores; (d) bronzear-se ao sol; (e) conversar com outras pessoas. Comparando-se as duas listas, observa-se que não são necessariamente incompatíveis, por exemplo, a motivação de “desligar, relaxar” pode levar à

que se ir para algo e, junto com isso, o fato de que as motivações predominantes se centram no ego, o que Krippendorff admite dificultar o ideal de um turismo harmonioso.

O autor, por outro lado, também lembra que, ao se viajar de férias, não se deixa de ser quem se é e, por isso, nosso cotidiano nos acompanha, assim, como nosso padrão de comportamento e nossos hábitos, que não podem ser radicalmente modificados instantaneamente. Um exemplo, citado por ele, é que nossa própria bagagem já carrega nosso cotidiano. Desse modo, a viagem turística requer familiaridade e não apenas estranhamento, ao que afirma Krippendorff: “O ambiente estranho tem a função de uma decoração exótica. No entanto, parece por demais ‘estrangeiro’, por demais diferente do comum, e acaba se tornando desconfortável e até ameaçador” (ibid., p.70-71).

Por outro lado, em um aspecto, o cotidiano não acompanha o turista: a obediência às normas sociais que encontra em seu meio acaba sendo “afrouxada” em contextos culturais distintos. Fora de seu meio cotidiano, aspectos de maior permissividade no comportamento tendem a aparecer, ou seja, a idéia de uma liberdade maior, fora de casa, acompanha o turista. Alguns autores já exploraram esse tema através da idéia de “liminaridade”, baseando-se na obra de Victor Turner (1974).

Nas palavras de Krippendorff: “Longe de casa, o turista se sente enfim livre, [...] pode fazer o que lhe aprouver, [...] fazer as bagunças que já há tempos queria... pelo menos uma vez pode ‘revelar-se’ de verdade. Pouco importa o que os outros vão pensar... ele pagou, ou não?” (1989, p. 72).

Essa liberdade acaba sendo justificada pelo poder de compra. Krippendorff não está justificando esse comportamento, mas também não discute a natureza desse processo. Engloba, de certo modo, todo o tipo de turismo num mesmo modelo, como estando atrelado

prática de sair a “passear”. Contudo as referências de pesquisas encontradas são, principalmente, da Suíça e da Alemanha.

ao padrão industrial, onde, seja em “guetos”, seja em viagens “alternativas”, o mercado consegue apropriar-se de todas as práticas turísticas.

A abordagem de Krippendorf não prioriza a discussão de conceitos e teorias, mas preocupa-se em pensar como deveria ser o turismo, defendendo um turismo mais sustentável, humanizado e solidário.

De um lugar mais antropológico, Krippendorf adverte sobre os processos que acometem a chamada população “autóctone”, dando sentido ao que os antropólogos chamam de “impactos” do turismo:

[...] ninguém leva em consideração o que deve sentir a população autóctone ao ser ‘descoberta’ dez, vinte, cem vezes, ao ser observada e questionada até nos assuntos mais íntimos. As caravanas de turistas que passam também não imaginam o quanto podem transtornar o equilíbrio emocional, religioso, cultural, econômico e ecológico das regiões visitadas e suas populações (1989, p. 82).

Entretanto sua visão dos “autóctones”, enquanto população hospedeira, dá margens a uma visão estática e vitimizada dos hospedeiros, tornando culpados os turistas, numa espécie de situação entre o bem e o mal. Contudo estudos mais recentes têm discutido esse tipo de visão sobre o fenômeno turístico, pois tem sido observado que a população local é capaz de reelaborar seu ambiente culturalmente, a partir da interação com os turistas.

Embora, na relação entre turistas e locais, ou visitantes e visitados, os turistas costumem aparecer em posição de superioridade por se encontrarem numa relação passageira e de maior independência com o local visitado, também por estarem em posição de consumidores, a representação usual sobre os turistas, em geral, costuma ser mais adjetivada em termos de inferioridade. Krippendorf afirma que o “[...] mais exótico no turismo são os próprios turistas!” Eles costumam ser “criticados, acusados, ridicularizados e insultados”.

Krippendorf organiza uma pequena tipologia de tipos de turistas, mas que inclui adjetivos desqualificadores: ridículo, ingênuo, organizado, detestável, inculto, rico, explorador, poluidor e alternativo. E complementa com a observação de que as pessoas na

condição de turistas preferem não serem identificadas como tais, sempre afirmando que “Os turistas são os outros”! Essa não aparece ser uma tipologia para fins de análise e metodologia, ao invés disso, o autor, muito mais, recria o senso comum sobre o turista. Entretanto Krippendorf, por outro lado, reconhece que o turista não tem culpa de sua condição, pois lhe falta conhecimento suficiente do sistema social e turístico. Por isso, ele abre espaço para uma discussão que vem crescendo entre os estudiosos do turismo e entidades envolvidas com turismo. Trata-se da relação entre educação e turismo, ou seja, a necessidade de se educar as pessoas (população local e turistas) para o turismo, o que vem recebendo o nome de “turismo responsável”.

Krippendorf afirma que os contatos entre visitantes e visitados é superficial e distanciado, baseados na exploração por parte dos nativos e no distanciamento por parte dos turistas, aspectos que reforçariam os “clichês” entre ambos. Krippendorf busca, nesse contexto, a “humanização das viagens”, apostando na mudança de valores da sociedade, na necessidade de uma nova mentalidade. Ele assume uma posição otimista, buscando o desenvolvimento de idéias positivas, como ele mesmo reconhece, para a melhoria das relações humanas, para que as viagens se tornem aprendizado, compreensão mútua e solidariedade, a serem levadas ao cotidiano.

Além de um processo educacional, o autor também percebe a necessidade de mudança no cotidiano, para se ter “mais férias” no dia-a-dia. Em função disso, parte da análise do mundo do trabalho, das condições de moradia e formas de habitação, assim como do ambiente da cidade, propondo como resultado de suas reflexões, algumas “teses para a humanização da viagem”²⁴.

²⁴ A discussão sobre um turismo sustentável também aparece em conferência apresentada por Krippendorf, no Fórum Social Mundial de 2002 (Oficina de Turismo), em Porto Alegre-RS.

Sociologia, da Psicologia e da Antropologia em sua análise, além de defender a necessidade de uma sociedade mais sustentável e, portanto, também um turismo sustentável.

2.1.3 As tipologias socioantropológicas sobre o turista

Nos estudos sociológicos e antropológicos sobre turismo, ou o que se poderia chamar de socioantropologia do turismo, podem-se encontrar abordagens que identificam tipologias de turistas e tipos de turismo praticado, assim como o entendimento da natureza do processo turístico em termos de seus impactos sobre os locais visitados. O grau de impacto sobre locais e população visitados varia de acordo com a forma como se pratica o turismo²⁵.

Eric Cohen (1974) tornou-se uma referência importante, ao buscar precisar a categoria “turismo”, delimitando-a sociologicamente. Cohen busca apreender o turismo como categoria distinta de outros fenômenos marcados pela viagem, como deslocamento geográfico. Para tal, organiza uma tipologia do turista. Para ele, classificar o turista na categoria mais ampla de viajantes não ajuda muito, por isso é necessário capturar uma diferença específica. A fim de marcar essas especificidades, Cohen identifica seis dimensões do turista que ele chama de “*tourist rôle*”:

- 1) o turista é um viajante temporário que tem um lugar fixo como endereço permanente, mesmo quando viaja, por isso, ele não é um nômade, um vagabundo ou outros tipos de viajantes permanentes, portanto, não se trata de um modo de vida;
- 2) o turista é um viajante voluntário, que viaja de livre vontade, que determina quando vai viajar e quando vai voltar, portanto, não é um exilado, refugiado ou prisioneiro de guerra;

²⁵ Uma revisão da literatura socioantropológica em torno das relações entre visitantes e visitados pode ser

- 3) o turista é um viajante num “tour”, ou seja, ele sai de um lugar para onde volta (seu lugar de partida é seu lugar de chegada), por isso, não é um emigrante, que sai de um lugar para o qual não volta necessariamente;
- 4) o turista está numa jornada relativamente longa, que não é uma viagem curta ou excursão, mas não é possível determinar precisamente quanto longa é essa jornada, dependendo de aspectos culturais e da natureza da viagem;
- 5) o turista está numa viagem não recorrente, não usual, a qual está acostumado, distinto daquele que viaja regularmente entre duas comunidades, ou vai para sua casa de fim-de-semana. Porém Cohen afirma que as fronteiras entre o que é recorrente ou não são tão precisas;
- 6) o turista é um viajante, cujos propósitos de viagem não são instrumentais, isto é, não há um outro objetivo além da própria viagem, então, viagens de negócios estão fora desta categoria.

Cohen (ibid.) comenta que os propósitos mais comuns encontrados na literatura para justificar o turismo é a busca de prazer, recreação e cultura. Mas afirma que não é tão simples determinar que toda viagem não instrumental é turismo. Esse é um ponto crucial para ele, onde o turismo se diferencia pela mudança da rotina, algo diferente, estranho, não usual, experiência não comum no dia-a-dia. Mas, complementa, muitos itinerários turísticos podem ser rotinizados.

O autor propõe, a partir de elementos conhecidos e novos elementos, uma definição do papel do turista: “ *A ‘tourist’ is a voluntary, temporary traveller, travelling in the expectation of pleasure from the novelty and change experienced on a relatively long and non-recurrent round-trip*” (1974, p. 533).

A partir dos aspectos descritos, Cohen passa a descrever dimensões analíticas do turismo, que incluem limites do tempo de permanência, distância da viagem, recorrência, propósitos para viajar, dentre outras. O aspecto a ser considerado é que essas dimensões, em sua maioria, apresentam ambigüidades, dependendo de certos fatores, para que se possa delimitar a condição de turista. Nesse sentido, em certas condições, o turismo é parcial, ou seja, misturam-se condições de turismo e não-turismo.

Cohen chega à conclusão de que a definição de turismo não é tarefa fácil, pois esse é um conceito difuso, como muitas situações intermediárias entre o universo do turismo e do não-turismo.

Uma outra tipologia que pode ser proposta para analisar o turista está no trabalho de Valene Smith (1989), em coletânea de textos publicados com o título *Hosts & Guests, the anthropology of tourism*. Essa obra se tornaria uma referência mais difundida, em especial, nos estudos antropológicos do turismo. A expressão “*hosts and guests*”, utilizada para tratar da relação entre turistas e população hospedeira, vai pontuar as discussões sobre o turismo e seus impactos culturais.

Valene Smith (1989), ao classificar os tipos de turismo e turistas, define o turista como alguém que voluntariamente visita um lugar, em situação de lazer temporário, com o propósito de experimentar alguma forma de mudança, tendo por base elementos mais estruturais que implicam não apenas tempo livre, mas também salário e um conjunto de normas.

As diferentes formas de turismo, segundo Smith, podem ser definidas de acordo com os tipos de mobilidade associadas ao lazer. A autora organiza uma tipologia do turismo, a partir do tipo de relação entre turistas e locais (*hosts and guests*), perfazendo seis tipos de turismo:

- a) turismo étnico - marcado em termos das diferenças/curiosidades de costumes, sendo o fluxo de visitantes esporádico e pequeno, seu impacto na relação *host/guest* é mínimo;
- b) turismo cultural - inclui o “pitoresco” ou a “cor local”, um dos exemplos é a cultura camponesa/rural; há uma pressão bem maior na relação *host/guest*, porque são áreas mais acessíveis, onde um grande número de visitantes pretende observar e fotografar a vida local, e os camponeses tornam-se objeto de estudo;
- c) turismo histórico - associado a ruínas, monumentos do passado, em geral presentes em grandes cidades; os contatos *host/guest* são mais impessoais e de caráter econômico;
- d) turismo ambiental - geralmente associado ao turismo étnico, atrai um turista de classes mais altas a áreas remotas (Antártica, por exemplo), tem um caráter mais geográfico; o contato *host/guest* varia bastante, de acordo com o local;
- e) turismo recreacional – associado a belas paisagens e à combinação “areia, mar e sexo”, atraindo turistas que querem entrar em contato com a natureza e relaxar. Aqui também as relações *host/guest* são variadas e podem ser influenciadas pela sazonalidade.

Enquanto Smith (1989) busca classificar os tipos de turismo de acordo com seus impactos, Cohen (1974) pretende distinguir o turismo de outras formas de viagem, buscando suas especificidades.

Não se pode afirmar que exista um conceito ou teoria do turismo mais aceita do que outra (Olabuenaga, 1995). Olabuenaga, porém, considera que as concepções mais aceitas são as que se referem ao turismo como um processo de jogo, inspiradas em Norbert

Elias²⁶. Deste ponto de vista, segundo ele, o que seria mais comum, na atividade turística é a busca de emoções relacionadas com o prazer e a recreação, onde, por outro lado, são valorizadas a distância física, cultural ou histórica.

Olabuenaga (ibid.) propõe caracterizar o turismo a partir do uso do tempo nas sociedades modernas e democráticas. Destaca como características essenciais, os seguintes pontos:

- 1) o turismo faz parte da “cidadania do ócio”, onde tempo e espaço são propriedade individual, pois cada um os administra como lhe convier;
- 2) o turismo é um tempo e espaço de ócio que não está mais reservado às férias demarcadas espaço-temporalmente, mas está invadindo outros tempos e outros espaços da vida social, contribuindo para “turistizar” (em espanhol) toda a vida social, ele aparece nos fins-de-semana, nas festas semanais ou conjunturais. “En todos estos tiempos se practica el culto a la distancia (esto es, el desplazamiento físico y social), el cultivo de la emoción, y la ruptura con la lógica del trabajo” (1995, p. 22).
- 3) o turismo também está transformando o modo de desfrute social do ócio, deixando de ser uma prática isolada no tempo ou num grupo, para converter-se num estilo de vida que se estende e se aplica ao resto dos tempos e espaços do ócio, espera-se para “sair” da rotina; é um estilo de vida onde se cultiva a emoção, afetando a todos;
- 4) o turismo se diversifica, cada vez mais, em formas novas, exóticas, depenetração social. O turismo tem relação com as férias de verão, mas não se confunde com elas, pois implica a ação de viajar, mesmo por poucos quilômetros, sendo a distância espacial (geográfica, cultural, social) central no conceito de turismo. O

²⁶ Pode ser citado, nesse sentido, o trabalho de Elias na área da Sociologia do Esporte, relacionando as formas institucionais de controle social nas sociedades industriais avançadas com as formas de excitação coletivas

termo engloba um amplo espectro de formas de ócio: visita a amigos, parentes em cidade distante de onde se vive, viagens de estudo ou de interesse cultural, congressos, viagens de compras, saídas de relaxamento, escapismo, etc. O turismo moderno distingue-se de outros períodos por sua natureza hedonística.

Olabuenaga, desse modo, amplia a concepção de turismo para vários tipos de viagens e motivações, mas que têm por base a busca do prazer individual. Outro elemento que pode ser acrescentado à concepção de turismo é o consumo. Sousa (1994) apresenta uma definição, mas sem se propor a organizar uma tipologia do turismo. Segundo ele, três elementos centrais fazem parte da atividade turística: a viagem, o ócio e o consumo. O turismo é: “el viaje de ocio donde se consume ciertos servicios. Turista es el sujeto agente que realiza la acción social de viajar, y el turismo es la estructura de interrelaciones entre los distintos elementos que éste desarrolla” (p. 33).

As definições e tipologias descritas, como as de Cohen e Smith, são referências no uso das categorias turismo e turista. Abordagens como a de Smith, por exemplo, também dão margem a outras discussões sobre o turismo, relacionadas aos seus impactos culturais e relacionamento entre culturas, que, vistas sob a ótica do desenvolvimento econômico entre países, inspiram discussões sobre formas de imperialismo/colonialismo, através do turismo.

2.1.4 O turismo e o contraste entre culturas: a questão do colonialismo

Do ponto de vista da Antropologia, o turismo tem sido pesquisado, em geral, a partir das relações entre visitantes e visitados e, em particular, a partir dos impactos culturais decorrentes do fluxo turístico, conforme comentado. Nesse sentido, a questão dos impactos, em especial em comunidades mais pobres, tem tido considerável expressão nas pesquisas

antropológicas, embora, mais recentemente, tenha sido questionado o uso do termo “impacto”. Alguns autores descrevem esses aspectos a partir da noção de “imperialismo” ou “colonialismo”, tendo por referência o processo de desenvolvimento econômico capitalista e a desigualdade entre países e formas de dominação resultantes dessa desigualdade.

Dachari e Burne (1993), nesse sentido, consideram que o turismo, além de dar opção de recreação a grandes grupos de trabalhadores, no pós-guerra, contém uma visão ideológica que reafirma a dominação sobre povos subdesenvolvidos, unindo, ritualmente, prazer e poder, ao mesmo tempo em que também gera um efeito demonstrativo no mundo, que, na sua maioria pobre, recebe a mensagem de que existe uma classe universal, a dos “ ‘viajeros dólar’, una nueva especie de hombres y mujeres que tratan de capturar paisajes, rostros, testimonios de la miseria y sus artesanias con sus cámaras fotográficas y su ‘ilimitado’ poder de compra” (p. 2).

Difundiria-se, nesse sentido, a concepção de um “direito natural” do encontro do paraíso, e isso, para os autores, é uma visão colonial do mundo. Eles apresentam como referência diferentes países do Caribe continental e algumas ilhas mexicanas, onde se implantaram projetos de “ecoturismo”, que, para os autores, são enganosos, posto que seus resultados ambientais, sociais e culturais têm sido desastrosos, e podem ser encarados como um novo processo de colonização.

Esse tipo de análise trata de projetos desenvolvimentistas, a partir do turismo, descritos como uma nova forma de exploração. Para Dachari e Burne (ibid.), os chamados novos exploradores consideram-se representantes da civilização, impondo sua nova ordem: são de classe média, com pouco capital e escassa cultura, mas desejando fazer dinheiro rapidamente; eles abrem as portas para empresas mais organizadas estabelecerem projetos turísticos.

O “encontro” resultante desse processo, entre descobridores e locais, gera várias contradições, resultando num modelo estranho à população, o qual, diferentemente de outros processos econômicos de modernização e expansão capitalista, requer o convencimento da população. Conforme Dachari e Burne, o resultado são as novas situações culturais, em termos de linguagem, alimentação, gostos, modas, atitudes, onde principalmente os jovens querem imitar os turistas.

Nash (1989), em sentido semelhante, refere-se à questão imperialista presente no desenvolvimento do turismo. Parte do princípio de que o fator-chave que tem impulsionado esse processo tem sido um nível suficiente de produtividade que sustenta o lazer, e, nesse contexto, há centros metropolitanos que controlam, em graus variados, a natureza e o desenvolvimento do turismo. É desse modo que ele alega ocorrer uma forma de imperialismo, citando, como exemplo, a expectativa de um norte-americano ao visitar outro país e esperar um estilo de alimentação e conforto que costuma encontrar em seu cotidiano.

Nash (ibid.), a partir dessas questões, considera que as transações entre os turistas e os nativos são marcadas pelas disparidades de poder, considerando-se suas diferentes estruturas sociais. Nash (referindo-se à questão do “estrangeiro” em Simmel) afirma que as transações turísticas são definidas pela condição de estranhamento. Isso significa que estranhos e seus hospedeiros se tratam como tipos ou objetos, e, nesse sentido, essas relações são menos controladas por coações de envolvimento pessoal, onde ambos acreditam ter maior liberdade para agir em benefício próprio. Além do estranhamento, ambos estão separados pela distinção trabalho-lazer e diferenças culturais. O turismo não espera adaptar-se para se envolver na vida daquela comunidade, esse fardo acaba caindo sobre os hospedeiros, um preço a pagar por ter turistas em seu meio (Nash, 1989). Mas, ao mesmo tempo, Nash (1989) adverte que, nesse processo, os nativos teriam seu papel, pois o desenvolvimento de uma área turística depende, em parte, de certa cooperação local.

Esse tipo de análise do turismo associa-se à forma como é entendido o processo de desenvolvimento capitalista, em termos da divisão internacional do trabalho e as desigualdades econômicas dele resultantes. As fases de desenvolvimento do capitalismo também são referências para o entendimento do turismo, em torno de suas transformações recentes, podendo-se falar de um “turismo de massa”, característico da sociedade industrial, e um “turismo segmentado” ou “pós-moderno”, como característico da sociedade “pós-industrial”, onde as fases do capitalismo são associadas às fases da modernidade.

2.1.5 O turismo moderno e o turismo pós-moderno

Investigando-se o turismo como um fenômeno moderno, encontra-se, na literatura acadêmica, o debate entre modernidade e pós-modernidade. Isso significa que o turismo, assim como outros fenômenos estudados pelas Ciências Humanas, também é analisado como tendo um “antes” e um “depois”, ou seja, o turismo aparece como fenômeno da modernidade associado à industrialização e à produção em massa, mas passa, na contemporaneidade, a sofrer modificações, como reflexo das mudanças no processo produtivo capitalista mais global.

John Urry, em obra publicada originalmente em 1990 (*The Tourist Gaze*), distingue o turismo de massa, típico da modernidade, e o que seria um “pós-turismo”. Essa obra tornou-se referência nos estudos do turismo, pois Urry, do ponto de vista mais sociológico, propunha uma abordagem mais acadêmica ao tema. Urry passa a utilizar uma expressão que introduziria novas questões na análise do turismo: trata-se do termo “*the tourist gaze*” (o olhar do turista, sendo que o termo “gaze”, em inglês, se refere a um olhar mais contemplativo, um olhar que fixa algo).

Caracterizando o turismo em termos de seus paradoxos, Urry (1996) destaca alguns elementos centrais que caracterizam esse fenômeno nas sociedades modernas: o turismo é uma atividade de lazer que pressupõe o trabalho regulamentado e organizado; envolve deslocamento através do espaço (a viagem) e um determinado período de permanência nos lugares visitados; são locais que não são os de residência ou trabalho, onde há sempre uma intenção de volta ao lar; os lugares visitados associam-se a motivações desvinculadas das relações de trabalho, envolvendo expectativas, através de devaneios e fantasias que são construídos por uma variedade de práticas não turísticas; aparece como importante

condicionante das práticas turísticas o “olhar do turista”, construído através de um conjunto de signos.

A expressão “olhar do turista” constitui-se como importante reflexo das práticas turísticas na abordagem de Urry. Entretanto ele afirma que o turista não tem um único “olhar”, pois isso depende de contextos da sociedade, grupo social, história em questão, etc. Desse modo, não se pode falar de uma experiência universal para todos turistas em todas as épocas. Em qualquer período histórico, é um olhar construído em relacionamento com seu oposto “com formas não turísticas de experiência e de consciência social”, especialmente baseadas no trabalho remunerado e no lar.²⁷ Portanto, há “olhares” relacionados ao turismo, fruto de diversas práticas sociais, onde não há “um” turismo, mas práticas turísticas diversas que tendem a apresentar características comuns, ou seja, padrões comuns.

Privilegiando em sua análise a questão dos “sentidos” do corpo na atividade turística (o sentido da visão, em primeiro lugar), Urry, em consonância com autores como Bauman, resgata a questão da ordem social, como típica da modernidade, e seus reflexos sobre a atividade turística.

Em função das dimensões contemporâneas do capitalismo, associadas à velocidade dos processos de produção e consumo, os deslocamentos humanos também são afetados. Desse modo, alguns autores destacam a questão da mobilidade como eixo importante de investigação da sociedade contemporânea. O turismo, enquanto forma de lazer, pode ser inserido na categoria “mobilidade”, fenômeno genérico que pressupõe várias formas de transporte, deslocamentos diários entre comunidades (como aqueles relativos ao trajeto casa—trabalho e vice-versa), e outras formas de viagens, assim como suas diversas inter-relações através de várias formas de comunicação (Lash; Urry, 1994).

²⁷ Em relação à sociedade moderna, certos autores associam a viagem ao *status*. “Ser turista é uma característica da experiência ‘moderna’ ” (Urry, 1996).

Lash e Urry (1994), ao tratarem da questão da “mobilidade”, destacam que a experiência moderna paradigmática é aquela da rápida mobilidade freqüente, através de longas distâncias, e que essa mobilidade não é algo que apenas existe por si mesmo, mas que tem que ser desenvolvida e organizada, isto é, a mobilidade tem que ser socialmente organizada.

Dimensão fundamental desse processo é que, além de seu aspecto social, surtindo, portanto, efeitos sociais significativos, as rápidas formas de mobilidade têm radicais efeitos em como as pessoas de fato experimentam o mundo moderno na produção da subjetividade. Ainda, de acordo com Lash e Urry (ibid.), esses fatores incluem mudanças na sociabilidade e nas formas de se apreciar a natureza e outras sociedades. O crescimento da mobilidade também viabiliza, segundo os autores, condições de uma “modernização reflexiva”, onde a reflexividade não é apenas cognitiva ou normativa, mas também estética.

A estética torna-se mais perceptível através das várias possibilidades de deslocamento, seja através do deslocamento físico, seja pelo contato com diversos signos. Lash e Urry afirmam, nesse sentido, que “People are tourists most of the time, whether they are literally mobile or only experience simulated mobility through the incredible fluidity of multiple signs and electronic images” (1994, p. 259). Como decorrência desse processo, entendem os autores que, pela proliferação dos mesmos signos e imagens, as diferenças entre os lugares parecem ficar reduzidas. A mobilidade também possibilita, segundo eles, um crescente “cosmopolitanismo”²⁸, o qual tem facilitado a organização social da viagem e do turismo.

Para Hannerz (1997), a questão do que é cosmopolita está vinculada a aspectos culturais, no sentido de “envolver relacionamentos com uma pluralidade de culturas consideradas entidades distintas”, mas, fundamentalmente, é uma questão de postura, pois

²⁸ O cosmopolitanismo é entendido, por Lash e Urry (1994), como habilidade de o indivíduo experimentar, discriminar e se arriscar em diferentes naturezas e sociedades, historicamente e geograficamente.

afirma: “O cosmopolitismo mais autêntico é, acima de tudo, uma orientação, uma vontade de se envolver com o Outro” (p. 252). Alerta, entretanto, que isso também implica um viés narcisista, que visa assimilar aquilo que se adapta ao “eu”. Nesse contexto, as viagens internacionais, por si só, não tornam alguém cosmopolita. Por isso, cosmopolitas e turistas não se confundem, enquanto os primeiros querem participar do contexto visitado, os segundos não participam. Afirma Hannerz (ibid.) que o “[...] turismo, em grande parte, é um esporte de espectadores”.

As novas condições de mobilidade (Urry, 1996) indicariam a configuração de um “pós-turismo”, associado à presença difusa de signos, em todos os lugares. Harvey (1996), ao situar as principais tendências do capitalismo, também destaca a importância dos signos, onde vivemos numa dimensão da “compressão do tempo/espço”, em que se consome mais símbolos e imagens do que propriamente coisas (a publicidade e a mídia adquirem dimensão especial nesse contexto).

Urry (1996), nesse contexto, utiliza-se do termo “pós-modernidade”, referindo-se a um novo paradigma cultural. É um termo que, dentre outras coisas, traduz a presença de “[...] um sistema de signos ou símbolos específicos no tempo e no espaço”. Para ele, enquanto a modernidade se refere ao processo de diferenciação, a “[...] pós-modernidade, ao contrário, envolve a desdiferenciação [...]” (1996, p. 120).

O destaque dos aspectos simbólicos do turismo aparece também em Bauman (1999a). Bauman refere-se ao consumo, no contexto onde tendemos a nos tornar “acumuladores de sensações”, contudo esse processo também está associado à mobilidade, isto é, acumular sensações exige mobilidade. O turismo, nesse sentido, tem passado, então, a ser analisado pelos cientistas sociais a partir da questão do consumo, ao invés da produção (Meethan, 2001).

As formas assumidas pelo consumo relacionam-se ao processo de globalização em curso, que compreende a integração/divisão e a territorialização.²⁹ Nesse quadro, a liberdade de movimento cumpre um papel fundamental. Tendo em vista a atual importância da “mobilidade”, segundo Bauman (1999a), no mundo atual, “[...] a mobilidade tornou-se o fator de estratificação mais poderoso e mais cobiçado”. Trata-se de uma nova habilidade a ser adquirida (Baumann, 1998). Tudo que se fixe deve ser evitado, sugere o autor. Em O mal-estar da pós-modernidade, o estranho para Bauman parece refletir-se na figura do viajante (em especial, o turista, que Bauman utiliza como metáfora representativa da “pós-modernidade”), onde estes não pertencem ao lugar visitado, guardando sua distância, sempre prontos para partirem repentinamente. Assim como o consumo, isso também é um jogo: poder mudar “[...] quando as necessidades impelem, ou os sonhos o solicitam”; é o “jogo da mobilidade”, é estar de passagem sem precisar comprometer-se com o lugar e seus habitantes. Afirma Bauman (1998, p. 114), nesse sentido:

O eixo da estratégia de vida pós-moderna não é fazer a identidade deter-se – mas evitar que se fixe. [...] A figura do turista é a epítome dessa evitação. [...] os turistas podem sair de novo a caminho, de uma hora para outra, logo que as coisas ameaçam escapar de controle, ou quando seu potencial de diversão parece ter-se exaurido, ou quando aventuras mais excitantes acenam de longe: o nome do jogo é mobilidade:(...). A essa aptidão os turistas dão o nome de liberdade, autonomia ou independência, [...]

Uma forma, então, de estratificação que se particulariza na “sociedade pós-moderna de consumo” é o grau de mobilidade das diferentes classes — “[...] sua liberdade de escolher onde estar”.³⁰ Os que podem ser “globalmente móveis” podem transpor espaços reais ou virtuais, mas há, entretanto, nos dizeres de Bauman, uma “localidade amarrada”, sem possibilidade de mobilidade, personagens “[...] fadados a suportar passivamente qualquer

²⁹ “A idéia de viajar vem penetrando de tal forma na mente do homem moderno, que cada vez mais se fortalece como uma conquista, um direito, uma possibilidade, um consumo. Pode-se afirmar que a viagem é hoje um dos grandes consumos criados no contexto da sociedade, sobretudo pela propaganda, pela mídia globalizada que internacionaliza o propiciamento do turismo” (Coroliano, in: Rodrigues, 1997, p. 120).

³⁰ Parafraseando Bauman (1999a, p. 94): “Todos nós estamos condenados à vida de opções, mas nem todos temos os meios de ser optantes”.

mudança que afete a localidade onde estão presos, [...]” (Bauman, 1999a, p. 96). Para esses, aumentam os controles de deslocamento, de ocupação, de espaço/circulação: “O que se aclama hoje como ‘globalização’ gira em torno dos sonhos e desejos dos turistas. Seu efeito secundário — *colateral*, mas inevitável — é a transformação de muitos outros em vagabundos” (1999a, p. 101). Os vagabundos são viajantes que não têm o direito de serem turistas, mas também não lhes é permitido ficarem parados.

Para Bauman, “[...] liberdade veio a significar acima de tudo liberdade de opção, e a opção adquiriu notoriamente uma dimensão espacial” (1999a). Essa situação traz mudanças significativas para as identidades de homens e mulheres: a questão da liberdade estaria associada ao que o autor chama de “mal-estar da pós-modernidade”.³¹ Todos podem desejar ser consumidores, mas nem todos podem sê-lo. Para Bauman (1999a), consumir associa-se a estar em movimento, num panorama onde as opções nos rondam constantemente, mas não são todos que podem ter meios de optar.

Bauman (1999a) coloca a possibilidade de que todos podem se tornar andarilhos, “de fato ou em sonho”, de acordo com o grau de liberdade de que dispõem. Isso significa que encontramos um contingente de pessoas, dos mais diferentes lugares, que se movem, por necessidade (guerras, trabalho, epidemias, etc.) ou por desejo (viagens à lazer, etc.).

Ao considerar o turismo como um eixo de representação da sociedade contemporânea, Bauman³² separa o turismo, como metáfora para a vida contemporânea, do turismo como certo tipo de atividades. Ao falar de turismo ou turistas como metáforas, o autor refere-se a aspectos da condição de turista ou à experiência que implica em estar-se em algum lugar

³¹ De acordo com Bauman: “Os mal-estares da modernidade provinham de uma espécie de segurança que tolerava uma liberdade pequena demais na busca da felicidade individual. Os mal-estares da pós-modernidade provêm de uma espécie de liberdade de procura do prazer que tolera uma segurança individual pequena demais” (1998, p. 10).

³² Ver entrevista de Bauman a Adrian Franklin (2003).

Isso existe, ao mesmo tempo em que as pessoas estão inseridas na companhia de outras, todos os dias, no seu cotidiano, nos lugares em que se vive ou se trabalha. Essa característica da vida contemporânea é o que Bauman (ibid) chama de “*tourist syndrome*”.

A “síndrome do turista” tem como características a perda dos laços com o lugar (físico, geográfico, social); isto é diferente da expectativa da “modernidade sólida”, do tipo “nos encontraremos novamente”. Segundo Bauman, esse tipo de expectativa faz as pessoas esforçarem-se, elaborarem uma forma de viver, criarem regras..., do contrário, não há razão para se esforçarem; as regras só são necessárias quando a relação é durável, o contrário, é como os turistas fazem; não ser do lugar, faz do turismo uma “boa metáfora”.

A síndrome também está associada a um consumo insaciável, o que Bauman chama de “*grazing behaviour*”, uma espécie de comportamento de pastoreação, que assim é explicado por ele: quando as ovelhas estão no prado e toda a grama é comida, não há por que ficarem, então, se movem, ou são movidas. Isso não quer dizer que os turistas acabam com tudo o que há nas prateleiras, onde chegam, mas que têm uma saciedade de coisas diferentes, seu único propósito é o consumo de uma sensação agradável, e, quando isso definha, vai-se em busca de outra relação do mesmo tipo que a anterior (Bauman chama isso de uma “relação pura”). A experiência turística, reforça Bauman, implica que as relações estabelecidas pelos turistas onde vão são frágeis. Por essas questões e muitas outras, o turismo, de acordo com ele, é um tema válido para a Sociologia.

Retomando-se os temas da “modernidade líquida” de Bauman, o turista como metáfora da “pós-modernidade” ou “modernidade líquida”, representa a fragilidade das relações contemporâneas, o desolamento, o descompromisso, a fluidez, onde também não há expectativas de futuro, nem há passado.

Para ele, “turistas e vagabundos” são dois pólos de um contínuo, onde expectativas estão depositadas. Não é preciso se mover para ser um vagabundo, pois, mesmo se ficando no

mesmo lugar, o lugar já não é mais o mesmo. Na análise de Bauman, as possibilidades de mobilidade (deslocamento físico) são uma questão-chave da experiência moderna, e, dessa forma, na natureza do turismo, está a mobilidade, por isso, também o turismo e o turista são metáforas adequadas.

Appadurai (1994) também se refere à fluidez da condição contemporânea, e os turistas estão presentes nas dimensões que ele se utiliza para expressar os novos fluxos da cultura global. Appadurai entende que se trata de “[...] uma ordem disjuntiva, superposta e complexa, que não pode mais ser interpretada em termos dos modelos de centro e periferia existentes”. Para analisar essas disjunções, ele nomeia cinco dimensões desse processo, assim denominadas: etnopanoramas, midiapanoramas, tecnopanoramas, finançopanoramas e ideopanoramas, panoramas, que tendem, segundo ele, a formas fluidas e irregulares. Os turistas estão presentes no etnopanorama. O etnopanorama refere-se ao “[...] panorama das pessoas que constituem o mundo em transformação em que vivemos: turistas, imigrantes, refugiados, exilados, os que trabalham fora do país de origem [...]”. É a realidade do movimento “[...] à medida em que um maior número de pessoas e de grupos se ocupam com as realidades de ter que movimentar-se ou com as fantasias de querer movimentar-se” (p. 313).

Nesses termos, as dimensões contemporâneas da modernidade são associadas à fluidez, o que também se refletiria no turismo. Entretanto as novas condições de mobilidade e do turismo levam alguns estudiosos a questionarem o uso da própria categoria “turismo”.

Chris Rojek (2000), ao analisar o turismo contemporâneo, identifica limitações nas formas pelas quais o turismo pode ser apreendido. Rojek parte da caracterização das etapas da modernidade, denominadas por ele “Modernidade 1” e “Modernidade 2”. A “Modernidade 1” tende a enfatizar que a vida poderia ser organizada em torno de princípios consistentes e

racionais, enquanto a “Modernidade 2” acentua o irracional como consequência de ações racionais, trazendo a impossibilidade de se planejar ou gerenciar a vida social (ibid.).

Na fase da “Modernidade 1”, que corresponde ao que Lash e Urry (1994) denominam como período do “capitalismo organizado”, era possível distinguir mais claramente as práticas sociais, como o turismo, enquanto prática específica que envolvia claramente delimitações no tempo e no espaço. Essas delimitações atualmente se encontrariam mais diluídas, tendo em vista os impactos do processo de globalização.

O turismo, nesse contexto, segundo Rojek e Urry (2000), torna-se uma categoria problemática, particularmente nas últimas três décadas, pois seu significado deriva de outro(s) termo(s) com o(s) qual(quais) é contrastado, em especial, o contraste trabalho/lazer. O turismo, como prática e discurso, envolvia clara especificação no espaço e no tempo. Esse tipo de organização envolvia a centralidade do relógio-ponto na sociedade. Contudo, no contexto atual, da “segunda modernidade”, as fronteiras entre turismo e outras dimensões da sociedade tornam-se difusas (Rojek; Urry, 2000).

Nessas condições, de acordo com Rojek e Urry, a sociedade estaria passando por um processo de “culturalização”, que implicaria a diluição das fronteiras entre as esferas sociais e culturais. Assim, a categoria “turismo” não pode ser facilmente operacionalizada, basicamente por falta de contextualização da atividade turística em virtude de mudanças recentes no capitalismo (ibid.).

Nesse sentido, a cultura, cada vez mais, permearia as práticas turísticas. Como exemplo, Rojek e Urry citam o crescimento do turismo cultural e também o crescimento de signos que adquirem significado para o *design* e *marketing* dos sítios turísticos.

Urry (1996) afirma que o turismo está perdendo suas especificidades, e o olhar do turista vai se tornando mais universal, “[...] as pessoas são ‘turistas’ boa parte do tempo, quer

gostem ou não. O olhar do turista é, intrinsecamente, parte da experiência contemporânea, da pós-modernidade, [...]” (p. 118).

Nos contextos de maior mobilidade, Rojek e Urry (2000) alegam que a “cultura”, por sua vez, que é produzida e consumida por turistas pode não ser tão obviamente artificial ou projetada (ideal) como se costuma pensar, onde as culturas são remodeladas como resultado de diversos tipos de fluxos (migrações, turismo de massa, etc.) .

Tendo em vista esses constantes fluxos, Rojek e Urry (ibid.) consideram que esse aspecto implica grande desafio para uma compreensão da viagem na sociologia do turismo. O que está em jogo é o questionamento da posição dominante de que o turismo seria interpretado como uma questão de busca pela autenticidade. Essa busca pela autenticidade significaria uma contraposição ao ordenamento do cotidiano, em que, através do turismo, é que teríamos a chance de expressar, de fato, sentimentos “reais”. Para esses autores, esse tipo de afirmação não poderia mais se sustentar, no sentido da idéia de uma cultura do turista que existiria em claro contraste com o resto da sociedade.

Em especial, neste início de século, em que a velocidade de imagens e signos é mais rápida, Rojek e Urry, buscando analisar as complexas conexões entre turismo e mudança cultural, destacam que há variações no ritmo com que as culturas “viajam”, sentido no qual se considera a importância do contexto social e cultural no qual as pessoas tomam decisões para viajar.

Para Chris Rojek (2000), o turismo não é um “escape” do cotidiano, mas, mais do que isso, fornece uma diferença cultural na qual a rotina cotidiana é contrastada e desenvolvida: “The return to the familiarity and order of everyday life is the prerequisite of enjoyable tourist experience” (p. 70).

O turismo também reflete os paradoxos da “condição moderna”. Em relação à oposição entre “comum” e “extraordinário”, adverte Rojek que se trata de uma relação

culturalmente construída. O prazer e a excitação que sentimos em viajar (*touring*) são em parte associadas às mudanças de regras praticadas em nossas culturas de domínio com regras de contraste. Ressalta Rojek que o contraste, por si mesmo, é prazeroso.

A interpretação da experiência turística, como busca da autenticidade, ainda tem predominado, segundo Rojek e Urry, como nos trabalhos de Krippendorf e de MacCannell. Contudo, a busca pela autenticidade como eixo-chave da atividade turística é um ponto que vem sendo revisto na literatura.

A questão da autenticidade também é contestada por Ritzer e Liska (2000), eles alegam que há uma tendência e necessidade de as pessoas quererem a previsibilidade em suas férias, onde muitos turistas querem coisas familiares, eficientes, calculáveis e controladas (os autores referem-se a uma tendência de “McDonaldização” do turismo, no sentido da racionalização das práticas turísticas). Assim, o crescimento da diversidade de formas de viagem não acabaria com a necessidade de padronização, mas, apenas, seus princípios seriam aplicados a nichos de mercado menores.

Meetham (2001)³³ reforça esse tipo de análise, afirmando que não se pode negar que muitas de nossas experiências de lazer e férias são, em maior ou menor extensão, controladas:

³³ Meethan, destaca, em sua publicação *Tourism in global society; place, culture, consumption*, que, em vista dos impactos da globalização, há maior necessidade de uma abordagem interdisciplinar do turismo e busca, para tal, aportes da Sociologia e da Antropologia, sem desconsiderar a contribuição da Geografia Humana, em relação ao significado do “lugar” e das mudanças culturais. O autor pretende, com isso, construir uma direção teórica mais interdisciplinar no estudo do turismo, não acreditando que se possa aplicar uma teoria “geral” que dê conta da variedade de atividades e fórmulas que assume este fenômeno. Há necessidade de se analisar, segundo sua proposta, a interação dos planos micro e macro desse fenômeno, por exemplo: quais os reais modelos de demanda e consumo, motivações e valores dos turistas e como tais demandas afetam as comunidades visitadas em termos de seus valores culturais, dentre outros aspectos.

as pessoas tenderiam a buscar segurança, eliminação de riscos e incertezas. Entretanto afirma que nem todas as formas de turismo seguiriam esse padrão.

Meethan apresenta, como argumento central, que o turismo, no contexto de globalização, faz parte, atualmente, de um processo de mercantilização e consumo inerente ao capitalismo moderno, que envolve fluxo de pessoas, capital, imagens e cultura. Diferentemente de outras formas de mercantilização, no turismo, o lugar da produção é o lugar do consumo: turistas devem viajar para consumir, e o que consomem é seu destino (dentre outros aspectos). O desenvolvimento de um espaço específico para o turista pode ser visto como uma consequência da diferenciação inerente à modernidade.

Em termos analíticos, Rojek e Urry (2000) afirmam que a análise cultural das práticas sociais do turista necessita da análise de diferentes sentidos, particularmente, do sentido visual. Esse “sentido”, no século XX, é vislumbrado de forma tendencialmente negativa, em especial no pensamento francês, através de Foucault³⁴ pois a visão, o olhar, adquire importância para a operação do poder, em particular, sobre o espaço físico (exemplo do panóptico). Ao se referirem a esses aspectos, Rojek e Urry sugerem que se viver num doce lugar de turista está aliado a ser um prisioneiro no panóptico (“Living in a tourist honeypot is akin to being a prisoner in the panopticon”, p. 7).

Percebe-se que os fenômenos relacionados ao turismo são de natureza ambígua e afetam tanto os planos macro como micro das relações sociais. Nesse contexto, as novas dinâmicas da sociedade contemporânea necessitam de uma abordagem que ultrapasse os limites da disciplinaridade. Além do quê, quando se trata de estudar o turismo, o tema continua, predominantemente, sendo tratado nos termos disciplinares: ou se ressalta a dimensão econômica do turismo, ou sua dimensão geográfica (usos e significados do

¹⁸ Sobre o panóptico, cf: “Vigiar e Punir” (Foucault, 1996) e a questão da disciplina e poder pode ser encontrada em “Microfísica do Poder” (Foucault, 1995).

território), ou seus aspectos culturais (defesa de patrimônio), ou, ainda, aspectos sociopolíticos (conflitos entre moradores e poder público nos planos turísticos), dentre outros.

O redimensionamento das categorias “turismo” e também “turista” está presente em abordagens da Sociologia, da Antropologia e da Geografia Humana. A relativização dessas categorias também representa análises mais subjetivas da formas como ocorre o turismo.

2.1.6 O turismo e as questões subjetivas: espacialidade corpo/espço e *self*

Além das abordagens socioantropológicas, estudos a partir da Geografia Humana redimensionam as concepções sobre o turismo, numa perspectiva de entendimento dos aspectos intersubjetivos das práticas turísticas. Nessas abordagens, são tratados os aspectos das *performances* do turista, envolvendo a relação corpo/espço e questões de identidade ou *self*. Nessa linha de argumentação, também estão os estudos antropológicos. Esses estudos podem ser agrupados a partir do que alguns autores chamam de “encontros turísticos”.

Crouch, Aronsson e Wahlström (2001), em artigo intitulado *Tourist Encounters*, exploram aspectos teóricos e metodológicos, apontando algumas dimensões dos encontros turísticos. Centram-se na figura do turista como componente fundamental para se entender o turismo, relatando o resultado de pesquisas onde é explorado o modelo de encontros entre diferentes grupos de pessoas, na ilha de Smögen, ao longo do arquipélago ocidental da Suécia.

Os autores entendem por “encontro”: um processo onde o sujeito tem um papel ativo que também envolve a reflexividade. As “práticas turísticas” são entendidas como encontros intersubjetivos, onde a mediação está na forma como o corpo está engajado ativamente no espaço. É nesse sentido que se torna central a noção de negociação, onde o mundo do turista não está pré-figurado, mas figurado e refigurado no processo de ser turista. Nesse sentido, o

espaço é muito importante, e ele pode ser considerado como algo que, em parte, apresenta significados construídos pelo turista.

Os autores argumentam que os turistas fazem seu próprio sentido da experiência do turismo. Autores contemporâneos têm destacado o poder dos indivíduos em negociar e rever visões de mundo através do que fazem em certos contextos em que se encontram.

Nesse sentido, as pessoas vivem os lugares não apenas culturalmente, mas também corporalmente, onde, pela nossa própria presença, temos uma influência sobre os outros, sobre seu espaço e vice-versa, influência, muitas vezes, considerada negativa e fonte de conflitos. Contudo alegam que esses encontros podem ser não apenas negativos, mas também positivos.

A abordagem geográfica desenvolvida por esses autores relaciona, portanto, na análise do turismo, espaço e subjetividade. Na pesquisa em questão, são exploradas distinções entre turistas e não-turistas, mas os autores visualizam que, no contexto atual, essas distinções são mais maleáveis e fluidas.

Esses aspectos mais subjetivos também contribuiriam, segundo eles, para uma melhor compreensão do papel do turismo na cultura contemporânea, como, por exemplo, em relação a políticas sobre tradição/herança, sustentabilidade e a constituição problemática do “autêntico”.

Deforges (2000) também explora a questão da subjetividade no turismo. Ele chama atenção de que os estudos que relacionam a viagem e os conceitos de *personhood* (que podem ser entendidos como “relativo à pessoa”) não são algo novo.

Deforges resgata as diferenças do uso de vários conceitos nos estudos do turismo relativos à subjetividade. Para tal, ele relata pesquisa que busca observar os usos de viagens de longa distância, denominadas *long-haul travel*, nas identidades de turistas do Reino Unido. Ele explora momentos-chave, nos quais a viagem é usada para a auto-identidade. A pesquisa

analisa questões relativas ao consumo nas práticas turísticas, sugerindo que a noção de auto-identidade (*self-identity*) é frutífera para questões empíricas, quando se trata de entender o sentido dos investimentos que os turistas fazem para viajar. Seu enfoque está situado na área da Geografia Humana, onde ele defende que a auto-identidade é um conceito útil para o entendimento das geografias do consumo do turismo.

Ao referir-se aos estudos relativos à pessoa (*personhood*), ele esclarece do que trata esse tema em geral. Nele aparecem questões, tais como “que tipo de pessoa eu sou?”. Nessa discussão, Deforges destaca os vários termos que têm sido usados, onde, particularmente, três deles costumam ser encontrados: identidade, subjetividade e o eu/indivíduo (*self*).

Observa o autor que, nos estudos do turismo, o termo “identidade” tem sido usado, em especial, pela Antropologia, como na coletânea de Smith e Abram, Waldren e MacLeod, onde há uma mudança importante na conceitualização de identidade. Nesses estudos, o turismo é visto num processo constante de identificação, ao invés de ser visto como causa de declínio de uma identidade local preexistente.

Deforges (ibid.) também cita como exemplo o livro de Urry *Consuming Places* (1995a), onde Urry usa a noção de subjetividade para se referir a algumas das características da identidade européia produzidas pelo consumo do turismo, referindo-se a “[...] como as pessoas de fato experimentam o mundo”.

Uma outra noção relativa à pessoa (*personhood*) usada nos estudos do turismo é o “self”. Esse conceito, afirma Deforges, apresenta uma escala mais individualística do que o de identidade e, embora tenha relação com “que tipo de pessoa eu sou”, não está muito relacionado a questões étnicas, nacionais, regionais ou de classe, mas está mais num sentido da pessoa como um indivíduo social. Nessa linha, ele cita MacCannell, ao referir-se à experiência fragmentada da modernidade e à resultante alienação do indivíduo da sociedade e

da natureza, onde o indivíduo alienado, através das práticas turísticas, tenta descobrir um sentido para o *self*.

Posteriormente, a conceitualização do *self* vai implicar em se ver o *self* como algo mais fluido e, portanto, não estático, algo ativamente construído que pode ser associado à conceitualização de identidade.

Segundo Deforges (ibid.), algumas concepções relativas à pessoa, nos estudos turísticos, apontam a importância do tipo de pessoa que os turistas querem ser, através da imaginação e da *performance* que possibilitam aos turistas “[...] pensar em si mesmos como tipos particulares de pessoas” (p. 930).

Há também enfoques que envolvem os seguintes aspectos: (a) as diferentes escalas de interação social nas quais a pessoa está inserida, onde, por um lado, se apresentam as noções de identidade que implicam as conexões entre o indivíduo e grupos sociais mais amplos, como a classe social ou a região, por outro lado, as noções de *self* que vão numa direção mais individualista, envolvendo adjetivos pelos quais as pessoas podem ser qualificadas (moral, educada, etc.); (b) os diferentes usos da “pessoa” na análise do turismo, como, por exemplo, em Urry (1995), que pensa a subjetividade enfatizando as experiências do mundo produzido pelo turismo que estão amarradas a estruturas de sentimentos mais amplos. Para outros, a identidade e o *self* implica um foco nas formas pelas quais as práticas turísticas e suas representações são usadas como símbolos de diferença social.

Deforges (2000) opta pelo sentido mais próximo ao uso da concepção de *self*, no entendimento das formas pelas quais o consumo turístico é usado como um marco de diferença. Um dos aspectos centrais que Deforges quer salientar é que falta maior engajamento empírico com os turistas propriamente ditos, ou seja, nas pesquisas, em geral, os turistas são pouco ouvidos, poucos estudos falam do que a viagem significa para os turistas.

Muitas vezes, os turistas não são adequadamente representados, parecendo serem mais uma figura mítica inventada para a discussão acadêmica.

Na análise da modernidade e da identidade, o autor explora as noções de auto-identidade (*self-identity*) e turismo a partir de Giddens. O conceito de Giddens é usado para suprir a literatura sobre o *self*. Deforges coloca importância na questão da biografia, porque é pela produção de sua história (do *self*) que o indivíduo pode fornecer a si mesmo um senso de continuidade na sua identidade, ele pode, pela reflexividade, orientar-se para o futuro, futuro este que, na alta modernidade está num plano de oportunidades e riscos que os indivíduos devem escolher.

Deforges ressalta que, através desse tipo de abordagem, também é possível entender os desejos dos turistas, em especial, a sua imaginação espacial, como quando se referem às qualidades imaginadas em destinos fora da Europa, como qualidades relativas à aventura, à natureza e à diferença. Adverte, contudo, que essa escolha não significa deixar de criticar as práticas turísticas em função dos impactos de variados tipos causados por elas, mas, de qualquer forma, para lidar com isso, reafirma ser importante avaliar os desejos dos turistas.

A questão do *self* também aparece em artigo de Galanti-Moutafi (2001), cujo argumento é que a viagem, enquanto jornada, facilita a redefinição de fronteiras do *self*, pois não há só o movimento de um lugar a outro, mas a prática constante de negociação entre o familiar e o desconhecido. A autora relaciona a Antropologia e o turismo. Tanto a Antropologia quanto o turismo produzem representações do outro que estão associados a um contexto de mediação da experiência da modernidade. Segundo ela, os deslocamentos são importantes porque se relacionam às noções de limites/fronteiras, dentro e fora, distância e diferença, que contribuem na reconstrução e na renegociação do *self*.

Embora Galanti-Montafi afirme que o que tem estimulado a viagem, na era moderna, pode ser associado, discursivamente, a questões de controle e ordem, ela vai numa linha de

argumentação mais pós-moderna, a partir de Urry (1996). Segundo a autora, como as fronteiras do turismo vão-se diluindo, vem crescendo uma reorientação do olhar dos etnógrafos para o *self* como lugar apropriado para a interpretação da experiência cultural. Ela também afirma, como também pode ser encontrado em outros autores, que o termo turismo apresenta uma definição problemática em função de sua dicotomia. Assim, as identidades do turista não são estáticas e invariáveis.

Galani-Moutafi (ibid.) aventa a hipótese de que aqueles turistas que voltam ao mesmo lugar, ano após ano, estão provavelmente desenvolvendo um sentido diferente de lugar e descobrindo o que isso preenche em suas experiências de férias. Em geral, pode-se perceber que a questão da recorrência das viagens no turismo é pouco explorada na literatura, pois impera a visão de que o turismo sempre implica novidade. A autora ainda acrescenta que o exterior (no caso das viagens ao exterior) pode ser um lugar do qual os turistas se sentem parte, onde habitam e não apenas passam por ele. E, nesse contexto, sugere que a questão da reflexividade pode fornecer *insights* para a análise do “outro”.

Essa discussão insere-se no entendimento do turismo como um processo. Essa perspectiva está presente em Abram, Waldren e MacLeod (1997). Abram e Waldren (1997), particularmente, assim como alguns outros autores, criticam o predomínio da visão do turismo como um negócio, onde predominam as questões de ordem econômica ou de planejamento. Nesse contexto, comentam que ainda é insipiente a visão do turismo em torno de um conjunto de relações sociais que poderiam ser agrupadas dentro do que se poderia chamar “encontros turísticos”. Além disso, a definição de “turismo” ainda é algo problemático.

Segundo os autores, muitas pesquisas na Antropologia e na Sociologia do Turismo diziam respeito à definição do tema, como em Valene Smith e Eric Cohen, que se esforçaram em definir turismo e turistas através de uma tipologia, fundamentados na prática ou na

identidade. Algumas questões importantes ficariam de fora das concepções de turismo, como, por exemplo, a questão dos visitantes que se tornam residentes.

Isso indica, segundo eles, que o turismo é uma palavra livremente associada com um fenômeno e que esse fenômeno é um conjunto de práticas, com poucas fronteiras claras e algumas idéias centrais (Abram; Waldren, 1997, p. 2). Colocam-se na posição de que, mais importante do que organizar uma nova tipologia do turismo, é aceitar que suas fronteiras não são bem delineadas, o que também serve para a identificação dos turistas. Nessa linha de raciocínio, também argumentam que é difícil identificar a própria comunidade hospedeira, pois pertencer a alguma comunidade é algo constantemente redefinido, e, assim, uma noção estática de comunidade torna-se difícil. A comunidade não é uma coisa, mas um conceito relacional, articulado através de ações, discursos e símbolos, e o turismo, portanto, também deve ser pensado desse modo.

Dessa forma, a identidade também está ligada a processos que também incluem a exclusão. O senso ou consciência do lugar é produzido muito mais através de relações com o mundo de fora do que como resultado do isolamento. Os autores, através desse tipo de argumentação, criticam a abordagem de Urry, que limitaria o olhar do turista à sua percepção visual, pretendendo, assim, esses autores, ampliar essa percepção com a inclusão de outras manifestações de sentidos, como as experiências corporais.

Abram e Waldren buscam, desse modo, contrariar o argumento de que o turismo destrói culturas locais autênticas, pois as pessoas podem reconsiderar suas identidades nesse processo. Em relação a essas questões, o artigo de Kohn (1997), por exemplo, dessa coletânea, *Island involvement and the evolving tourist*, ao descrever o trabalho de investigação antropológica, em uma pequena ilha escocesa, no fim dos anos 80, sugere que o turismo é um dos elementos de um processo mais amplo de mudanças de identidades, onde os

visitantes que chegam podem acabar por se tornarem ilhéus. Ela mostra como os turistas, com o passar do tempo, podem tornar-se parte do local e criar a comunidade hospedeira.

A autora faz uma classificação tipológica dos turistas, discordando de Urry, quando esse afirma que as pessoas colecionam lugares e não têm interesse em voltar ao mesmo lugar. Para ela, isso não pode ser generalizado, e é necessário colocar a questão do por que algumas visitas são repetidas em certos lugares.

Independentemente da tipologia estabelecida por ela, Kohn (ibid.) reconhece que essas categorias por ela identificadas são ambíguas. Especificamente, refere-se ao fato de que todos poderiam ser chamados de turistas em algum contexto, por instantes, quando se aglomeram num *pier* ou *shop*.

Observando visitantes que voltavam regularmente à ilha e até foram morar no lugar, ao perguntar porque voltam, as pessoas costumavam responder que ficaram enfeitiçadas pelo lugar ou pelo aspecto mágico da ilha. A imagem e a linguagem de encantamento ou enfeitiçamento (*bewitchment*) estavam disponíveis para aqueles turistas que queriam voltar a ilha e também indicou que os turistas e outros visitantes de verão se tornavam muito afetados pelo universo da ilha a partir do que testemunhavam naquele período. Ela afirma que o modelo de Jafari (1987), onde o turista passa por diferentes fases, é bastante adequado. Contudo relativiza seu estudo, sugerindo que as identidades na ilha pesquisada são aptas à negociação de um modo tal que, em outros destinos turísticos, isso não acontece.

A questão do *self* também aparece em Bruner (1991), mas a partir de outro tipo de problematização. Ao relatar alguns resultados, como parte de um amplo projeto de pesquisa que compara *performances* turísticas na Indonésia, no Leste da África e nos Estados Unidos, Bruner parte da afirmação, a qual costuma ser difundida através da publicidade, de que os ocidentais que viajam ao exótico Terceiro Mundo terão uma viagem para lembrar para o resto da vida e retornarão renovados, enquanto uma nova e diferente pessoa.

Seu ponto de partida, então, é tomar o discurso turístico que oferece, segundo ele, nada mais do que uma total transformação do “self”. A crítica de Bruner é que, através desse tipo de representação, se escamoteia o papel do “nativo” nesse processo, ou seja, nesse encontro entre turistas e nativos, é como se nada acontecesse ao “objeto nativo”. Analisando brochuras de propaganda do Leste Africano, o nativo é visto como um remanescente de culturas pré-históricas que vive do mesmo modo através do tempo. Ele está intocado e não tem sido afetado por mudanças sociais.

Em contraste com a promessa de uma total mudança no *self* do turista, o *self* do nativo permanece o mesmo. Segundo Bruner “[...] despite the industrial revolution, colonialism, wars of independence, nationalism, the rise of new nations, economic development, tourism, and the entire production of modern technology, [...]” (1991, p. 239).

Bruner também contesta a visão de MacCannell, que destaca como mote essencial do turista a busca pela autenticidade, como resultado da insatisfação com sua sociedade. Para ele, certos dados sugerem que a maioria dos turistas estão bem satisfeitos com sua própria sociedade, que não são alienados e não estão, necessariamente, buscando uma experiência autêntica. Eles têm consciência de que as *performances* nativas no seu itinerário são construções para um público estrangeiro. Eles querem aceitar uma reprodução, com tanto que seja boa. Nesse sentido, critica Bruner (ibid.) que o conceito de autenticidade mais serve para despistar do que clarear algumas questões na pesquisa do turismo, ele está mais na cabeça dos teóricos ocidentais do que na dos turistas e nativos.

O autor visa demonstrar que não é o turista o principal afetado a partir de sua experiência de viagem, como divulga o discurso turístico, mas, sim, ocorre o oposto, isto é, na experiência turística, o *self* muda muito pouco, enquanto as conseqüências do turismo para os nativos são profundas. O argumento de que o turista muda muito pouco é baseado na literatura, pois o turista gasta poucos dias ou semanas numa localidade, havendo pouca

oportunidade para sustentar uma interação com a população local, eles não falam a língua, são protegidos pela infra-estrutura turística da interação com os nativos, e a maioria do tempo é gasto na companhia de outros turistas (tendo por base o turismo de massa internacional).

Bruner quer destacar que seu enfoque apresenta uma mudança de eixo, pois existem estudos semelhantes que investigam as relações turistas e nativos, mas embasam-se nas mudanças econômicas e culturais resultantes do turismo, numa linha que enfatiza o neocolonialismo, enquanto seu foco é nas transformações do *self*. Nesse contexto, para Bruner, o *self* do nativo pode ganhar mais, no sentido de sua expansão e mudança, do que o *self* do turista, entretanto adverte que essa hipótese pode ser válida mais para o turismo de massa do que para viajantes individuais, embora reconheça ser difícil manter essa diferença na prática, pois ambos os tipos andam pelos mesmos lugares, distinções que estão mais nas cabeças dos turistas e dos pesquisadores do que na realidade do encontro turístico: “[...] a distinção entre turismo e viagem é um mito ocidental e deveria ser analisado como tal”. (ibid., p. 247).

2.2 As análises do turismo no Brasil

Neste item final, destacam-se alguns exemplos de pesquisas e autores que demonstram como a análise do turismo está desenvolvendo-se no campo das Ciências Sociais, no caso brasileiro.

Observa-se que predominam as publicações no âmbito da Geografia Humana, como fundamentação para uma Geografia do Turismo, em comparação a outras Ciências Sociais. Nesse campo, busca-se verificar as transformações territoriais em locais turísticos, os problemas relativos ao meio ambiente, a forma como a natureza é explorada em função do turismo. Em geral, os estudos referem-se à lógica do que se chama “consumo do lugar”,

identificando-se que o turismo é uma forma de consumo particular do espaço e da paisagem, como resultado de um padrão mercantilista predominante nas relações sociais capitalistas.

Nesse sentido, Luchiari (2000), no campo da Geografia do Turismo considera que o turismo

É uma atividade que não depende mais exclusivamente da “vocação natural” de uma região, pois pode ser construída artificialmente pelo poder econômico e político, pela cria o de parques temáticos, de uma natureza artificial, de uma autenticidade histórica reinventada para saborearmos costumes, hábitos, tradi es sociais que foram perdidos na corrida frenética para obter um papel no processo de globaliza o contemporâneo (p. 106).

Segundo Luchiari (2000), a partir da Geografia e da Sociologia, a atividade turística pode ser analisada como “[...] um dos vetores mais importantes para associar o mundo ao lugar, o global ao local” (p. 106). O aspecto a ser destacado nesse processo é a questão das paisagens e suas muta es, onde “[...] a popula o local, dominada pelo olhar externo, faz uma reavalia o seletiva de si mesma e de sua região” (p. 123). Disso resultariam mudanças sobre a valoriza o da paisagem e a cultura local, que influenciariam no estilo de vida da comunidade.

Buscando fazer uma avalia o das pesquisas sobre turismo no Brasil, Ouriques (2003) analisa as principais concep es teóricas dos pesquisadores brasileiros. Contudo sua questão central é a discussão do fenômeno turístico no capitalismo contemporâneo. Ele tenta mostrar que o turismo se desenvolve na periferia do capitalismo, reproduzindo a dependência em rela o ao centro, através, por exemplo, do turismo sexual, das rela es servis de trabalho, e da transforma o da paisagem e da cultura em mercadoria.

Ouriques (ibid.) defende a tese de que a produ o do turismo está baseada no fetichismo e na dependência. Dessa forma, o turismo é visto como uma forma de fetichismo: paisagens naturais e socialmente construídas tornam-se objeto de consumo turístico, portanto, para o autor, o turismo deve ser estudado no contexto de mercantiliza o progressiva de todos

os aspectos da vida social, controle e apropriação por parte do capital. Ele mostra que tudo pode ser transformado em espetáculo para o turista (as favelas, a miséria, o lixo, etc.).

O próprio lazer turístico teria um caráter ambíguo, surgindo como conquista dos trabalhadores e ao, mesmo tempo, como forma de controle social sobre o tempo livre, ou seja, conforme Ouriques, no século XIX, foi feita a preparação dos trabalhadores dos países centrais para o turismo.

O autor identifica, no Brasil, quatro linhas de análise do turismo: a economicista, a do planejamento, a pós-moderna (valorização da diferenciação dos locais, questão do patrimônio cultural, etc.) e a crítica, que questiona o caráter benéfico do turismo. Sua análise aproxima-se da abordagem sobre a relação entre turismo e colonização, como reprodutora da desigualdade entre países centrais e periféricos através do turismo, tendo, como uma das evidências, o turismo sexual.

Também, numa análise mais macro do capitalismo e enfocando as formas assumidas pelo turismo, Serrano (2000) refere-se às remodelações da sociedade capitalista contemporânea ao reinventar/inventar atrativos de consumo em geral, reinventando o próprio turismo, com novas modalidades de consumo e práticas sociais, tendo por fundamentação teórica a forma como o fenômeno turístico é tratado, em vista do debate sobre modernidade e pós-modernidade, que a autora identifica como abordagem “modernista” e “pós-modernista”.

Na área da Antropologia, encontram-se estudos que problematizam o tema das comunidades tradicionais brasileiras que se transformam em locais turísticos. Seguindo a linha de interpretação encontrada na literatura internacional sobre a relação hóspedes/hospedeiros, Banducci Jr. e Barreto (2001) enfatizam a importância da Antropologia como instrumento de análise dos movimentos turísticos, considerando que “[...] grande parte dos turistas desloca-se à procura de prazer em comunidades receptoras onde, via de regra, as condições sócioeconômicas seguem a lógica da exclusão social”. Prevaleceriam,

nesse contexto, relações monetárias baseadas na exploração. Banducci Jr. (2001) considera que o debate sobre o tema tem pautado-se pela avaliação dos benefícios e prejuízos da atividade nas comunidades receptoras e sobre o ambiente natural, mas considera que esse é um campo de estudos que tem sido visto depreciativamente pela academia brasileira.

A esses aspectos podem ser agregadas as discussões sobre “territorialidade” pela ótica da Geografia do Turismo, onde a prática turística implica formas de conflitos sociais, particulares³⁵. Knafo (1999), afirma que “[...] há diferentes tipos de territorialidade que se confrontam nos lugares turísticos”, envolvendo os que ali vivem, os que por ali passam, mas que também se apropriam “mesmo fugidamente, dos territórios que freqüentam.” As diferenças de territorialidade associam-se também a aspectos culturais, conforme Banducci Jr. e Barretto (2001), pois os lugares turísticos são construídos atendendo a diferentes interesses.

Barretto (2000) destaca a importância de estudos com uma abordagem mais socioantropológica, mas tendo em vista a perspectiva do planejamento turístico. A utilização das Ciências Sociais serviria para instrumentalizar o planejamento. Contudo a autora considera a escassez de estudos acadêmicos pelo fato de que o turismo cresce ao sabor do mercado, sem participação dos atores sociais afetados, e contribuiria, para isso, a falta de pesquisas socioantropológicas aplicadas.

Barretto é uma das pesquisadoras no campo do turismo que tem discutido a questão das Ciências Sociais e sua importância nos estudos do turismo. A autora atribui também

³⁵ A territorialidade associada ao turismo implica a utilização específica de um certo território: “Uma zona turística costuma ser uma extensão territorial com atrativos das mais diferentes naturezas: paisagem natural e construída, monumentos, residências, curiosidades, equipamentos em geral, animação em estabelecimentos de animação, jogos, bebidas, danças, etc.” (Yázigi, 1990, p. 57). Urry (1996) considera, em sentido semelhante, que: “O olhar turístico contemporâneo é cada vez mais sinalizado. Existem marcos que identificam as coisas e os lugares dignos de nosso olhar. Essas sinalizações identificam um número relativamente pequeno de pontos centrais turísticos. O resultado é que a maior parte dos turistas se concentram em uma área muito limitada” (p. 71).

importância ao planejamento no turismo, para o combate aos problemas sociais decorrentes do desenvolvimento desenfreado do mercado turístico.

A relação entre os estudos acadêmicos sobre o turismo, o planejamento turístico e o mercado turístico faz parte de um conjunto ainda difuso que permeia os estudos sobre o turismo no Brasil. O estudo do fenômeno turístico tem sido alvo desses diferentes tipos de propósitos, que, de algum modo, influenciam a construção do “turismo” como um objeto de estudo científico no País. Em parte, isso pode ser explicado, devido a pouca tradição de estudos na área e ao recente processo de expansão de cursos de Turismo pelo País, assim como problemas relacionados à legalização da profissão de “turismólogo”. Esse quadro tem gerado tensões e debates acadêmicos também em relação à apropriação do objeto de estudo “turismo” por um campo de conhecimento, em particular, constitutivo de uma “ciência do turismo”³⁶.

De qualquer modo, tem ocorrido um crescimento expressivo de publicações de pesquisadores brasileiros na área, em geral, assim como, crescimento de espaços para divulgação de pesquisas, incluindo espaços, no campo das Ciências Sociais, em congressos, seminários.

Buscou-se situar o debate sobre o tema do turismo como objeto de investigação e categoria de análise, em especial, no campo das Ciências Sociais, e suas particularidades nos estudos acadêmicos, no Brasil. Na literatura internacional, a categoria turismo vem sendo problematizada como categoria que dê conta de explicar a complexidade do fenômeno turístico.

Nesse sentido, foi apresentado um quadro geral das principais formas de tratamento do fenômeno turístico, desde questões fundadoras desse debate até abordagens mais recentes, que

³⁶ Indagações sobre o turismo como objeto de estudo autônomo estão presentes no artigo apresentado no VI

apresentam novas perspectivas de análise. Desse modo, questões mais “clássicas” permanecem, em torno das expectativas, como componente do turismo, bem como a busca de experiências, sejam marcadas pela “alienação”, sejam pela procura de uma “consciência da realidade”. O “escapismo”, como motivação central da experiência turística, também continua a ser debatido em torno de sua validade explicativa: as pessoas saem para preencher os vazios do cotidiano, pelo prazer que se pode encontrar na viagem.

Nesse debate também se podem destacar alguns conceitos e tipologias sobre o turismo e o turista. Cohen (1972) procurou apresentar vários critérios analíticos nesse sentido, mas já percebia, nos anos 70, a dificuldade de se trabalhar com a categoria turismo, como fenômeno diferenciado de outros fenômenos sociais associados às viagens. O aspecto voluntário e a busca do prazer têm predominado como questões associadas às práticas turísticas, assim como as dimensões paradoxais que constituem o turismo. As mudanças trazidas pela modernidade nas últimas décadas também têm influenciado as abordagens do turismo

No contexto de globalização, a categoria mobilidade tem sido utilizada nos estudos do turismo, implicando novas formas de controle social e novas estratégias de deslocamento, que resultam em novas formas de relacionamento com os lugares. Como resultado, abre-se espaço para pesquisas que procurem compreender a dinâmica do turismo a partir de questões subjetivas, relativizando o turismo, tendo-se em vista os aspectos que podem ser encontrados empiricamente. Neste último grupo de questões, a concepção de “encontros turísticos” busca redimensionar os debates sobre o turismo, para dar conta da questão relacional e processual do mesmo.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS: ENCONTRANDO MEU "OBJETO"

Neste capítulo, é apresentada a construção do objeto de estudo.³⁷ Para tal, descrevem-se os estudos acadêmicos sobre o turismo em Florianópolis, visando a uma sistematização, a fim de tanto situar as questões que têm sido analisadas sobre o tema, como também determinar as especificidades de Florianópolis como cidade turística. Tendo como referência esse contexto mais amplo, é situada a inserção da praia da Barra da Lagoa como local turístico, e, por fim, são apresentados aspectos relativos ao trabalho de campo, na busca dos turistas que visitam a praia.

Na procura dos estudos antropológicos na área do turismo, é comum encontrar-se o estabelecimento de comparações entre o trabalho do antropólogo e a viagem, a partir da idéia de que ambos implicam algum tipo de deslocamento espacial e alguma forma de “estranhamento” relativa a fronteiras espaciais e simbólicas.

Ianni (2000) percebe as viagens, em sentido amplo, como condição inerente ao trabalho dos cientistas sociais. Marc Augé (2001) relaciona a viagem com a etnografia, mas pondera que, de modo distinto do viajante, que apenas passa pelos lugares, o etnólogo deve deter-se e explorar o lugar. Isso, porém, não quer dizer que Augé não considere o etnólogo como um viajante, inclusive vai mais além disso, pois afirma que seus testemunhos, aqueles que encontra em sua pesquisa, também vivem suas próprias viagens “reais ou metafóricas” (ibid.).

Segundo DaMatta (1978), o trabalho antropológico refere-se, em algum momento, “a um encontro com o outro e ao estranhamento”, envolvendo, o exótico e o familiar. Leite

³⁷ Em determinadas partes deste capítulo, será usada a forma na primeira pessoa, em especial nos relatos sobre o trabalho de campo, que, em termos práticos, ocorreu como atividade individual e experiência pessoal.

(1994) também se refere à fronteira entre o eu e o outro, relativa às viagens e ao exótico. Nesse sentido, a viagem e a demarcação de fronteiras podem ser vistas como uma forma de “re(invenção) do outro”. Ainda afirma Leite que a relação entre viagem e Antropologia vai sendo construída, a partir “[...] da literatura de viagem praticada pelos primeiros viajantes, passo a passo aprimorada sob a influência do romantismo, do realismo e do ‘cientificismo’ do século XIX” (ibid., p. 349-350).

DaMatta (ibid.), ao comentar sobre as transformações históricas da disciplina da Antropologia, afirma:

[...] os movimentos sempre conduzem a um encontro. Deste modo, a primeira transformação leva ao encontro daquilo que a cultura do pesquisador reveste inicialmente no envelope do bizarro, de tal maneira, que a viagem do etnólogo é como a viagem do herói clássico, partida em três momentos distintos e interdependentes: a saída de sua sociedade, o encontro com o outro nos confins do seu mundo social e, finalmente, o ‘retorno triunfal’ [...] ao seu próprio grupo com os seus troféus (p. 29).

Referindo-se ao texto de DaMatta, em torno da questão do “estranhamento”, enquanto exótico, Gilberto Velho (1987) complementa:

O que sempre *vemos* e *encontramos* pode ser familiar mas não é necessariamente *conhecido* e o que não *vemos* e *encontramos* pode ser exótico mas, até certo ponto, *conhecido*. No entanto, estamos sempre pressupondo familiaridades e exotismos como fontes de conhecimento ou desconhecimento, respectivamente (p. 126).

Portanto, o autor estabelece que a questão do familiar *versus* estranho envolve o processo de conhecimento. No caso das sociedades contemporâneas, Gilberto Velho comenta sobre a relatividade da noção de familiar e exótico, citando, como exemplo, os meios de comunicação de massa que, ao noticiarem diversos fatos de vários lugares, podem tornar grupos, regiões, indivíduos e situações de estranhas em familiares, de acordo com a intensidade e a frequência com que aparecem.

No caso aqui pesquisado, o processo de conhecimento entre pesquisador e pesquisado traduz a relatividade dessas noções, caso se pense na própria relativização da categoria turista. Contudo esses encontros não se traduzem no “bizarro”, conforme se refere DaMatta;

não se fez, aqui, uma viagem do “herói clássico”, embora, na volta para casa, os depoimentos gravados e as observações anotadas tenham sido meus “*souvenirs* simbólicos” dessa pequena viagem.

Algumas dessas questões são retomadas com o relato do encontro com o objeto de estudo chamado turista. Nesse contexto, cabe, a seguir, contextualizar o local onde esse turista exerce sua prática como tal. Dessa forma, é necessário que se situe a Barra da Lagoa como parte da Cidade de Florianópolis, em Santa Catarina, Brasil. Para tal, são utilizados trabalhos de pesquisa, como dissertações e teses, que contribuem na caracterização de Florianópolis e da Barra da Lagoa em relação à questão do turismo. Além da contextualização do objeto de estudo, esses trabalhos possibilitam indicar os tipos de abordagens utilizadas sobre o turismo na região.

3.1 A “Ilha” como objeto de estudo: os estudos sobre o turismo em Florianópolis

Contemporaneamente, a ilha de Florianópolis está dentre as distintas localidades de maior concentração da atividade turística, no Brasil, nas últimas décadas.³⁸ Nela se aliam as belas paisagens naturais, os balneários (tradicional objeto do passeio e relaxamento na cultura ocidental) e particularidades culturais³⁹.

³⁸ Como exemplo, podem ser citados os dados referentes à procura de pacotes para a temporada de verão em 2004. De acordo com a Embratur, na preferência dos brasileiros, Florianópolis está na oitava posição e em sexto lugar na preferência dos estrangeiros (Oliveira, 21.11.2004).

³⁹ Calcula-se que a população de Florianópolis é de cerca de 300 mil habitantes, mas estima-se que, em período de temporada de verão, esse número dobre; são 172km de orla, oficialmente, 42 praias, mas estudos já elevam este número para 100 (CADERNO VIRTUAL DE TURISMO, 27.08.2002).

Segundo pesquisas anuais realizadas pela Santa Catarina Turismo S/A (Santur)⁴⁰, dados revelam que a Cidade tem recebido um crescente número de turistas a cada ano. Simultaneamente, o *marketing* tem crescido sobre aquela que é chamada “ilha da magia”. De acordo com as pesquisas, os visitantes buscam, principalmente, os “atrativos naturais”, mais do que a riqueza da cultura local. Os dados divulgados anualmente pela Santur também revelam que a maioria que visita a ilha pretende voltar.

O turismo em Florianópolis tem atraído a atenção dos pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento. Um dos motivos é o fato de que a configuração dessa ilha tem-se modificado rapidamente, com o desenvolvimento do turismo. Assim, encontram-se, nos estudos sobre Florianópolis e o turismo, diferentes tipos de trabalhos acadêmicos. Em geral, são apresentadas descrições sobre aspectos históricos do processo de colonização e ocupação da Cidade até sua transformação em “ilha da magia”, *slogan* que propagandeia seus atrativos para a vinda de turistas. Alguns estudos também consideram fatores que se associam à dinâmica urbana associada ao turismo, enquanto outros abordam as representações sobre os lugares e suas particularidades.

Recorrendo-se à literatura sobre turismo, em geral, as viagens costumam ser associadas com a busca do “paraíso”. Quando o lugar é uma ilha, essa associação tende a ser reforçada, em parte, por aspectos históricos que vêm compondo o chamado imaginário coletivo e, por decorrência, pela publicidade contemporânea que acessa esse imaginário na venda dos atrativos turísticos.

Sabáh Aoun (2001), por exemplo, apresenta um estudo da relação entre o universo do turismo e o da religião, visando demonstrar que a publicidade se utiliza do universo do sagrado para vender produtos de consumo turístico. Assim, a busca pelas viagens, no mundo contemporâneo, pode ser associada a uma “remota nostalgia humana: a do paraíso terrestre”.

⁴⁰ Santur é uma empresa de economia mista, criada, em 1977, para a fomentação e a divulgação da política estadual de turismo, estando vinculada à Secretaria do Estado da Organização do Lazer. Para mais informações,

A autora analisa o universo publicitário de três revistas turísticas entre os anos de 1994 e 1998, buscando a imagem de paraíso oferecida. Conclui que o “paraíso” oferecido não é perfeito, mas, ao menos, dele não se é expulso, bastando estar-se disposto a se aventurar e dar vazão aos desejos. Aoun também conclui que muitos são os lugares que, a partir do termo paraíso, podem ser oferecidos às práticas turísticas, atingindo diferentes estratos sociais.

Yi-Fu Tuan (1980) também se refere a um imaginário coletivo, pois afirma que a ilha ocupa um lugar especial na imaginação dos seres humanos. Dentre outras coisas, a ilha tem simbolizado “um estado de inocência religiosa e de beatitude, isolado dos infortúnios do continente pelo mar” (ibid., p. 135). Tuan descreve alguns aspectos históricos do imaginário sobre as ilhas, que nem sempre teriam sido positivos, contudo, no contexto contemporâneo, a sua positividade tem-se sobressaído, onde as ilhas passam a significar um local de fuga temporária, para se escapar das pressões cotidianas.

Antonio Carlos Diegues (1997) também contempla a questão do paraíso e do sagrado associados às ilhas. Nesse sentido, Diegues comenta sobre as particularidades das ilhas tropicais em termos do fascínio que exercem, em especial, pelos seus atributos naturais e também pelo fato de que marcam algum tipo de ruptura com a sociedade do continente.



Figura 1: Foto acima, vista por satélite, do litoral catarinense.
FONTE: www.mapas-sc.com/litoral.htm

Recorrendo a descrições medievais, Diegues, refere-se às representações simbólicas da ilha como sendo, geralmente, marcadas por dicotomias, como, por exemplo, a de paraíso-inferno e a de selvagem-civilizado. No caso da sociedade moderna urbano-industrial, afirma:

A visão paradisíaca é reforçada hoje pela mídia moderna que vende a ilha como símbolo do *natural*, do *primitivo* e do *único*. Ela torna-se cada vez mais o domínio do que é sonhado, idealizado, como o espaço de liberdade, de prazer, e de aventura para o homem moderno, alienado e pressionado pela sociedade urbano-industrial. Nesse sentido, as ilhas, sobretudo as tropicais, são vendidas pela mídia e pelas empresas de turismo e viagens como o último pedaço do paraíso perdido (ibid., p. 15).

Ao relatar o processo histórico de construção da auto-identidade da população litorânea, tendo como referência o litoral paulista, Diegues (1997) comenta que o morador de ilhas, em geral, enfrenta preconceito e exclusão:

Este, para o veranista, sobretudo para o recém-chegado, tem de ser socialmente desqualificado para que a *conquista* da ilha como território do maravilhoso, do paradisíaco possa ser efetuada. O ilhéu é o bom selvagem, fazendo parte do *mundo natural* somente quando aceita passivamente a expropriação de seu pedaço do paraíso, continuando a fazer parte da paisagem natural, enquanto toma conta da terra do novo dono. De *bom selvagem*, habitante do paraíso insular, parte da paisagem idílica com as variadas espécies animais e vegetais, o ilhéu-caiçara passa a ser considerado o *destruidor do Éden*. Nesse caso, o preconceito se torna ideologia que justifica a ação conquistadora” (p. 22).

No caso do Brasil, no período da “descoberta”, Diegues afirma que as ilhas e arquipélagos desempenharam um importante papel, principalmente, por serem locais de passagem entre a Europa e as Índias, destino das navegações portuguesas do século XVI. Naquele momento, as ilhas povoavam o imaginário de navegadores, onde a chegada dos portugueses ao Brasil se situa no contexto de buscas históricas da “ilha-paraíso”.

Em Santa Catarina, Rial (s. d.), ao resgatar aspectos históricos das viagens, a partir do século XVI, refere-se à posição geográfica estratégica da ilha de Santa Catarina durante as expedições coloniais, que saíam da Europa para o cabo Horn, na Argentina, “[...] desaguadouro do Rio da Prata, por onde era escoado o ouro das colônias espanholas”.

No navio, iam estudiosos interessados no meio ambiente e habitantes do Novo Mundo. A autora cita registros de vários desses estudiosos, que vão de 1712 a 1828, num contexto

onde ascende, na Grã-Bretanha, a figura do “sábio-*gentleman*-viajante”. Nesse momento, ainda é incipiente a figura do viajante como turista.

Também Silveira (1996), em capítulo da Dissertação de Mestrado, resgata estudos históricos e relatos de viajantes que passaram pela ilha de Santa Catarina, nos séculos XVIII e XIX, comentando ser a mesma alvo de interesse de viajantes desde o “descobrimento” do Brasil: “Santa Catarina, a ilha: sua presença no contexto mundial remonta o século XVI, as tantas viagens que percorreram os mares do Atlântico sul; a ilha integrando-se à rota dos primórdios da globalização da economia, dentro de um processo civilizador” (p. 21).

A ilha aparece como “local de trânsito”, local de morada, mas também de passagem, de olhares daquele que chega, mas também que recebe, de estranhamento mútuo, onde as viagens, por natureza, carregam consigo tensões oriundas de diferentes sentimentos (Silveira, 1996). Neto (1993) também relata aspectos históricos da fundação de Florianópolis, ligados à colonização portuguesa, enquanto antigo povoado conhecido por Nossa Senhora do Desterro.

Nos estudos relativos ao turismo em Florianópolis e no litoral de Santa Catarina, pode-se identificar que, em geral, as pesquisas visam entender as rápidas transformações na ilha como vinculadas ao desenvolvimento e ao crescimento do turismo. Nesse contexto, podem ser encontrados dois tipos gerais de pesquisas: as de caráter macroestrutural, focadas nos processos de desenvolvimento urbano, associadas à lógica do desenvolvimento capitalista, numa abordagem mais geográfica e ambiental, situada em questões de planejamento; e, numa outra linha, as pesquisas focadas em aspectos mais socioantropológicos, que descrevem, dentro desse contexto de transformações, as questões relativas aos padrões culturais que se organizam na dinâmica dos encontros turísticos (locais *versus* não locais).

Também é possível verificar-se, nas análises, a preocupação com os impactos ambientais resultantes dos processos turísticos, entendendo-se que os problemas não surgem com o desenvolvimento do turismo, mas que são agravados no processo. Nesse contexto, há

um consenso de que os resultados das mudanças “modernizadoras” na ilha são predatórios ao meio ambiente e à população local.

A seguir, serão comentados estes estudos, que abrangem diferentes áreas de conhecimento, cujos enfoques não são, por natureza, contraditórios.

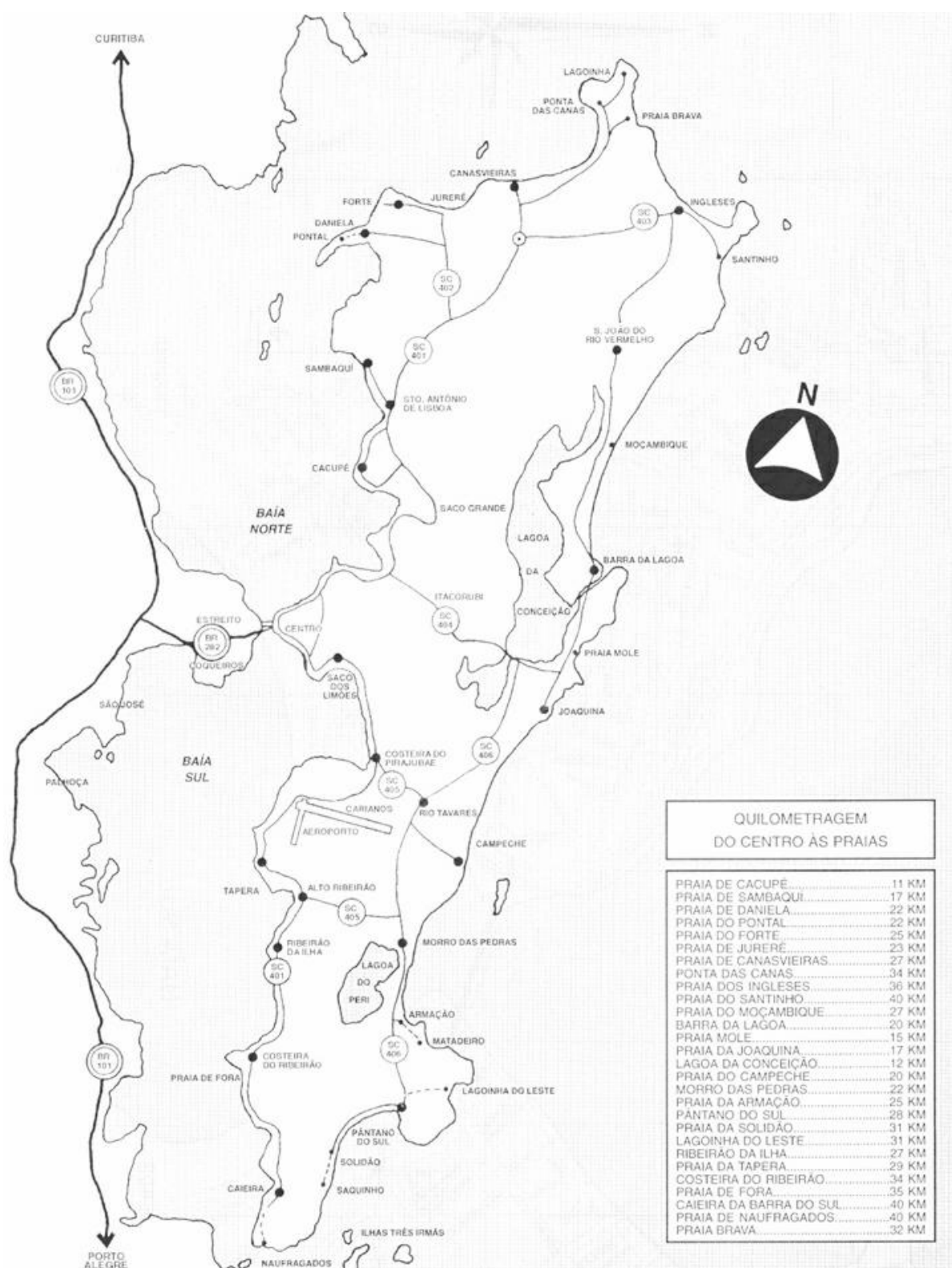


Figura 2: Mapa de Florianópolis.

FONTE: Prefeitura Municipal de Florianópolis. Disponível em: <http://www.pmf.sc.gov.br>

3.1.1 Florianópolis e o litoral catarinense: modernização e turismo

Em nível mais global, o processo de modernização associado ao turismo, em especial, no litoral brasileiro, tende a seguir uma dinâmica similar nas diferentes cidades litorâneas. Referindo-se à ocupação do litoral brasileiro, a partir do século XX, Macedo e Pellegrino (1996) afirmam que ela se estrutura associada ao crescimento dos subúrbios das grandes cidades costeiras, que vão se configurando como subúrbios de veraneio. O primeiro exemplo desse processo é a Cidade do Rio de Janeiro, onde o bairro de Copacabana se valoriza como balneário, tornando-se os banhos de mar hábito popular (isso ocorre, no Brasil, apenas no século XX, enquanto, em certos países da Europa, a prática vem do século XV).

Tal hábito, à medida que se torna prática urbana da capital federal, se espalha pelos principais centros urbanos costeiros brasileiros e, a partir da segunda metade do século, por toda a costa do país.

Essas práticas sociais induzem a formalização de dois tipos de ocupação urbana de característica residencial no litoral — o bairro ou subúrbio inserido dentro de um contexto urbano complexo, no caso das cidades como Rio de Janeiro, Vitória ou Santos, ou o bairro de segunda residência, destinado, basicamente a ser utilizado no período das férias de verão, ou nas épocas de grandes feriados. (Ibid., p. 157).

O processo de ocupação urbana, associado ao turismo litorâneo, também é encontrado no estudo de Lopes Júnior (2000), que se utiliza do conceito de “urbanização turística”, como forma de expressar uma “nova forma urbana”. Esse tipo específico de urbanização é resultante “da conexão entre o desenvolvimento de atividades turísticas e a emergência de novas paisagens urbanas no fim do século XX” (p. 213). Ao estudar o caso da Cidade de Natal (RN), Lopes Júnior afirma que esse tipo de urbanização se associa a um tipo particular de consumo, o consumo do corpo, onde Natal, nos anos 90, passa a ser vista como “a cidade do prazer”.

Na coletânea de textos organizados por Diegues (1997), há relatos de pesquisas sobre as transformações do litoral paulistano, onde as ilhas e suas populações tradicionais (que viviam da pesca, por exemplo) têm passado por transformações modernizadoras. Essas

transformações, que se refletem na relação população-turistas, apresentam processos semelhantes à lógica de outros lugares.

No caso de Florianópolis, pesquisas têm demonstrado o processo de modernização da cidade, que faz parte de sua história recente. O crescimento “modernizador” de Florianópolis tem seu marco nos anos 60 e 70, implicando uma maior ocupação das praias pela população local, mas também por “turistas estaduais, interestaduais e estrangeiros (com a construção, na época, da BR-101)”⁴¹. As mudanças no espaço natural logo se fizeram notar (estradas, loteamentos, segregação espacial são algumas das novas situações citadas).

Como resultado dessas mudanças, o sentimento coletivo, dentre alguns moradores, é o de “perda de identidade”⁴², segundo pesquisas do CECCA (1997). Os pesquisadores referem-se, nesse sentido, ao desenvolvimento da atividade turística, como alternativa construída a partir do princípio de que o município teria uma “vocação turística”. Com o desenvolvimento do turismo, na ilha, tem crescido o número de equipamentos turísticos, como infra-estrutura de acesso a locais turísticos, hotéis, etc.

Devido às rápidas transformações, “o modo ilhéu de vida” teria ficado circunscrito ao interior da ilha (CECCA, 1997). Muitos conflitos passam a se configurar em decorrência desse processo, principalmente, aqueles relativos às formas de uso e ocupação do solo. De acordo com os pesquisadores, Florianópolis pode ser situada a partir da definição de três períodos históricos (com suas respectivas subdivisões), assim identificados: “[...] o do *Modo de Vida Ilhéu* (*pré-moderno*, que se inicia no século XVI e vai até 1926); o *Desenvolvimentista* (ou da *modernização*, entre 1926 e 1981); e o da *Ilha da Magia* (também denominado *pós-modernidade perversa*, de 1981 até o presente)” (CECCA, p. 196).

⁴¹ Conferir um “mapeamento” histórico, sociocultural e ambiental de Florianópolis no estudo organizado pelo Centro de Estudos, Cultura e Cidadania (CECCA) (1997).

⁴² Não se compartilha aqui da expressão “perda de identidade”, pois a identidade pode ser vista como um processo relacional, não estático, portanto, a identidade é sempre suscetível a mudanças.

O período “pré-moderno” corresponde ao estabelecimento dos europeus na ilha até a inauguração da ponte Hercílio Luz, em 1926, que inicia uma segunda fase. Esse período seria, então, o da “modernização”, o qual se estenderia até a “abertura do empreendimento Jurerê Internacional”. A partir disso, expandir-se-ia o período da “pós-modernidade perversa”, caracterizado pela “ausência de ordenamento espacial, a orientação exógena da economia ilhoa e a segregação sócio-espacial” (CECCA, 1997).

Neto (1993) também aponta questões cruciais no desenvolvimento de Florianópolis, destacando as políticas governamentais do Município durante os anos 60, 70 e 80. O autor chama atenção para as questões de ocupação territorial e expansão imobiliária, que se mesclam ao desenvolvimento da atividade turística na ilha, demonstrando que a mesma originou um processo não planejado “de sítios pesqueiros em balneários turísticos, principalmente na parte norte da ilha (Jurerê, Canasvieiras, Ponta das Canas, Lagoinha e Ingleses)”.

Silveira (1996) comenta que, na primeira metade do século XX, a Cidade foi transformando-se de uma situação considerada como “interior atrasado” para uma categoria de “cidade civilizada”, envolvendo mudanças nas representações dos distintos espaços da mesma. Em meio às mudanças urbanísticas nesse período, de acordo com Schmeil (1994), nos anos 50 e 60, havia, na Cidade, um certo “veranismo”, em que a população local freqüentava as praias no verão e finais de semana, muitos tendo casas de praia para atender a essa finalidade de lazer. Essas práticas se situavam, não na ilha, mas no continente, nas Praias da Saudade e Bom Abrigo, dentre outras. A urbanização do local trouxe residências permanentes e poluição das praias, que se tornaram impróprias ao banho. Esse processo levou a classe média local a freqüentar as praias do norte da ilha, como Canasvieiras e Jurerê. Os freqüentadores de “fora”, como pessoas de outras partes do Estado, de São Paulo e do Rio Grande do Sul, passaram a visitar as praias da ilha no final dos anos 60, como relata a

pesquisadora — Ferreira (1998) mostra detalhes desse processo que se desenvolve com a modernização da cidade a partir dos anos '20).

Embora o crescimento da presença de turistas na ilha tenha ocorrido, principalmente, a partir do final dos anos 70, cabe destacar alguns pontos analisados por Ferreira (1998), que, a partir de uma perspectiva histórica, descreve como o projeto de transformar a ilha em atrativo turístico é bem anterior às próprias condições de infra-estrutura que possibilitariam mais tarde o fluxo turístico.

Ferreira, ao reconstruir a história dos usos e representações do mar e da praia, analisa aspectos da história de Florianópolis que a levariam a tornar-se um importante pólo turístico. Cabe lembrar que o desfrute da praia, historicamente, vai se tornando, gradativamente, significativo objeto do “olhar do turista”, onde a praia, de acordo com os relatos de Urry (1996) e Corbin (1989), já comentados anteriormente, teria sido o primeiro grande atrativo turístico, no sentido moderno do termo.

No caso da ilha de Florianópolis, Ferreira aponta que os jornais, representantes da elite local, contribuíram para divulgar o banho nas praias da ilha de Santa Catarina. Afirmo o autor que “[...] em Desterro/Florianópolis, o banho de mar primeiro foi encarado como ‘abuso ao Código de Posturas’, depois como ‘tratamento médico’, ‘refrigério contra o excessivo calor’, ‘divertimento das famílias’ e, por fim, como turismo” (1998, p. 19).

A cidade transformou-se significativamente com o advento da República, o que incluía anseios pela “civilização” e novas práticas sociais como o banho de mar, entretanto, afirma Ferreira, é no século XX que o cidadão se volta para o interior da ilha, processo desencadeado por uma elite que passou a buscar um refúgio da cidade. Segundo ele, foi na década de 30 que o banho de mar ali se consolidou: “A elite que venceu com a Revolução de 1930 irá fazer do banho de mar um lugar por excelência de sociabilidade”. É também nessa década que, finalizada a construção do Hotel Balneário de Canasvieiras, se encontra a presença de famílias

gaúchas, especificamente de Pelotas, Rio Grande e Porto Alegre. Também no mesmo período, a especulação imobiliária vai dando seus sinais no continente, em função das casas de veraneio.

Ferreira demonstra que, já nos anos 10, o poder público estadual dava seus sinais de querer explorar a ilha para fins de turismo, particularmente, as praias. Em artigo de 1918, citado pelo autor, representantes do poder público, como o Governador na época, imaginavam obras que possibilitariam a ligação entre certos balneários que atrairiam “[...] argentinos, uruguaios e riograndenses, pois, como é sabido, de Santos para o Sul não existe, além de Guarujá, nenhum outro ponto para reunião do mundo elegante, apreciador de banhos de mar” (ibid., p. 96).

A partir dos anos 40, a imprensa passou a falar explicitamente em turismo, difundindo-se a necessidade de a ilha se tornar um ponto de turismo. Esse processo começou a tornar-se viável, com a construção de estradas, a partir da década de 60, mudando-se, nos anos 70, o eixo de interesse dos veranistas para praias como Canasvieiras e Ingleses. Ainda de acordo com Ferreira, o poder público passou a se preocupar com o turismo, de fato, na década de 60, resultado de debates promovidos pela Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC) em 1959. Entretanto, apenas em 1968, definiu-se uma política estadual de turismo, criando-se alguns organismos para tal.

Em relação a essas transformações, Machado (2000) refere-se aos “primeiros ares de modernidade na ‘paisagem urbana ilha’ ”, a partir da inauguração da ponte Hercílio Luz, ligando a ilha ao continente. Afirmo que, até a década de 30, o mar era pouco utilizado para fins de lazer ou veraneio.

Décadas mais tarde, apareceriam os sinais de que Florianópolis estava se tornando um local turístico. Paulo Lago (1996) comenta que, até os anos 70, as praias de Santa Catarina não contemplavam um “turismo de massa”, com a exceção de Camboriú. Uma parte da elite

florianopolitana já possuía algumas casas (segunda residência) em Canasvieiras e Ponta das Canas, na década de 70, período em que “[...] a proposta do turismo ganhou credibilidade”. É nos anos 70 que cresceu o número de turistas na ilha, particularmente de argentinos.

Schmeil contextualiza a questão dos argentinos-turistas em Florianópolis:

Na década de 70, o fluxo turístico argentino começa a crescer muito até 1980, ano em que ocorre um grande “boom”, uma movimentação muito grande de argentinos em Florianópolis em função da liberalização econômica argentina neste período. A moeda argentina passa a ter maior poder de compra que a brasileira. Este fator vai causar uma invasão de argentinos em Florianópolis, não só para fazer turismo, mas também, para fazer compras. [...] Depois deste “boom”, a vinda de argentinos, na década de 80 como um todo, mesclou-se de altos e baixos em função de uma inversão desta situação (1994, p. 48).

O fluxo de argentinos-turistas desempenhará um papel muito particular na cultura turística da ilha. Conforme Schmeil (ibid.), com o crescimento de agências, empresas turísticas e hotéis nas praias, em especial, difundiu-se, na Cidade, um costume argentino, por um grande proprietário de terras e hotéis em Canasvieiras, que seria o aluguel de casas para turistas. Conforme a autora, “Florianópolis tornou-se a cidade na qual mais se pratica este costume em todo o Brasil”.

Silveira (1996) reforça alguns desses aspectos, comentando sobre a expansão urbana de Florianópolis, através das praias do continente, com belas casas de veraneio que distinguem a elite da cidade. Nos anos 80, com o aparecimento de “uma massa de turistas argentinos”, Silveira aponta que a Cidade se viu diante de um “[...] paradoxo: de um lado o deslumbramento com a possibilidade de lucros [...]; doutro os conflitos que são inerentes a determinados impactos culturais (mas também os ambientais)” (p. 39).

Há outras evidências de situações semelhantes na ilha. Mara Lago (1996) destaca que a população turística também consome os serviços de infra-estrutura urbana, que ficam sobrecarregados em período de maior fluxo turístico, onde, muitas vezes, os municípios não estão organizados para enfrentar a situação. Esses fatores, diz ela, podem causar graves

problemas de poluição (a autora cita dados sobre o número de residências de veraneio, em localidades litorâneas da ilha, no ano de 1991).

Paulo Lago (1996), por sua vez, fornece dados que demonstram o agravamento da situação, em função dos fluxos turísticos, através do exemplo dos resíduos sólidos urbanos. Lago considera, nesse sentido, os meses de maior fluxo (dezembro a fevereiro), apontando que o crescimento da população nesse período (pelo Censo de 1991) representaria mais de 50% dos habitantes de Florianópolis. Chega a comentar que “[...] se estas hipotéticas 135 mil pessoas formassem uma cidade, para a qual se proporia o nome de ‘Turistópolis’ , seria uma dentre as sete mais populosas do Estado”.

O autor resume a história do turismo em Florianópolis pela oscilação de posturas, onde em certos momentos:

[...] se deseja ardentemente a urbanização dos lugares de turismo, através de obras infra-estruturais para a cômoda receptividade dos usuários e em atuais posturas que traduzem repúdio à perda de valores culturais e paisagísticos. Este repúdio tem explicações, quando se observa a constituição social e demográfica dos balneários, como Canasvieiras, Praia dos Ingleses, Barra e Lagoa da Conceição, entre outros (p. 272).

As transformações sociais e culturais na ilha são analisadas também por Mara Lago (1983), que, no início dos anos 80, estudou a transformação da vida dos habitantes de Canasvieiras a partir da expansão urbano-industrial com o processo de especulação imobiliária e investimentos voltados ao turismo. Ela comenta sobre o histórico de pobreza de muitas comunidades em Florianópolis e sobre a descaracterização cultural com o modo urbano de vida e uma população de maior poder aquisitivo que passou a ocupar o balneário para desfrutar do lugar, acarretando em alta dos preços para essa população pobre que, originalmente, é do local. Os resultados desse processo têm sido a marginalização de pescadores, que não conseguem sobreviver e se tornam assalariados em trabalhos para os veranistas, assim como a crescente pauperização do campesinato. No trabalho de Lago, de

1996, a autora considera que a expansão urbana na “ilha” está diretamente vinculada ao turismo.

Empreendimentos voltados à infra-estrutura para turistas e reorganização do espaço urbano, nesse processo, também têm chamado a atenção dos pesquisadores. Ao estudar a Praia do Santinho, Martins (1995) observou

[...] que a implementação do turismo no lugar vem se caracterizando através da construção de alguns empreendimentos arquitetônicos — como é o caso do Costão do Santinho — e que os “nativos” — em sua grande maioria — ficam à margem das benesses econômicas e culturais que projetos desta natureza propiciam (p. 212).

Rial (1988), na Dissertação de Mestrado, analisa a transformação da Lagoa da Conceição, no processo de crescimento de Florianópolis, em função do turismo. Especificamente, estuda a transformação do espaço doméstico em camadas populares da Lagoa da Conceição, comparando três tipos de gerações, a fim de descrever a mudança de percepção dos nativos com a “chegada da cidade” e mudanças nas trocas econômicas. Rial considera que, nos anos 70, cresceu o consumo de um “sistema de moda” que vai ser reelaborado pela família, concluindo que os nativos perderam o domínio da Lagoa e da Cidade, que passa dela a se apropriar. Nesse contexto, a praia aparece como local de lazer, sendo que, antigamente, ela só existia para os “de fora”; o hábito de tomar banho de sol e brincar vem dos anos 50 e é recebido como estranho pelos nativos. Tomar banho de praia vai distinguir os de dentro e os de fora; é um espaço com regras sociais para os nativos, como, por exemplo, mulheres casadas vão acompanhadas, e, no verão, as nativas solteiras buscam conquistar um casamento com um argentino.

O turismo em Santa Catarina associado ao processo de urbanização é enfocado na pesquisa de Câmara (2001). Seu estudo caracteriza projetos e intervenções mais recentes no litoral catarinense, assim como conflitos que envolvem problemas de infra-estrutura, meio ambiente, poder público, moradores, turistas, etc. Como um dos exemplos, é citado o caso da Barra da Lagoa, pela existência do Projeto Marina Porto da Barra, alvo de polêmica na

capital⁴³. Afirmar que o ritmo do turismo no litoral, até os anos 70, era insipiente, sendo também rara a presença de visitantes de outros estados. Com a implantação de algumas rodovias, aumentou o fluxo entre estados, e, nos anos 80, cresceu o fluxo de turistas, principalmente da Argentina e do Uruguai.

O autor mostra que o turismo vem ganhando cada vez mais importância na ilha (e em outros municípios litorâneos), através de várias intervenções urbanísticas (já feitas ou ainda como projetos). Contudo ele propõe que existe uma diferenciação do turismo no litoral catarinense e divide-o em dois grupos: “[...] o turismo e conseqüente organização espacial no norte, que ocorre de Palhoça a Itapoá, e o turismo no sul e conseqüente organização, entre Paulo Lopes e Passo de Torres”.

Câmara (ibid.) também destaca que o processo de valorização do espaço litorâneo, no caso de Santa Catarina, teria como especificidades, dentre outros fatores: a natureza relativamente preservada, a proximidade de metrópoles e cidades industriais e a presença de gêneros de vida tradicionais (ainda que “residuais”).

Outro aspecto destacado por ele é o caráter de internacionalização de Florianópolis, onde cita alguns estudos, como o de Machado (2000). Conclui que o acelerado processo de desenvolvimento do turismo e da urbanização é predatório (o que costuma ser consenso entre os pesquisadores) e conflituoso, observando-se “[...] a poluição de rios, lagoas e da praia, ocupação irregular em áreas de preservação e o crescimento desordenado, aliado à falta de infra-estrutura em balneários e municípios”, ocasionando perda de patrimônio natural e construído, precarização da força de trabalho e exclusão territorial. Além dessas questões, aponta que, atualmente, estão postos para o litoral dois modelos de desenvolvimento — um desenvolvimentista e outro voltado para a preservação ambiental. O Estado teria um papel ambíguo nesse contexto.

⁴³ Segundo Câmara (2001), o Projeto implica a construção “[...] de um complexo turístico à beira do canal da Barra da Lagoa, numa área de 130km², com 110 residências de dois pisos, atracadouro, hotel quatro estrelas com

Machado (2000), na Tese de Doutorado, visa explicar o lugar de Florianópolis no contexto atual de globalização e como se dá a inserção da Cidade nesse processo. A via principal ocorre, de um lado, pelo turismo e, de outro, pelos processos de industrialização via alta tecnologia. Machado discute a questão da “vocação turística”, enfocando a urbanização e a produção do lugar, a partir do paradigma de formação socioespacial de Milton Santos.

A trajetória do município e sua evolução urbana também são descritas em seu trabalho. O pesquisador associa as políticas de turismo federais e a produção do espaço turístico em Santa Catarina e, particularmente, em Florianópolis ao desenvolvimento de um “[...] polo catalizador de um mercado regional e que se destaca entre aquelas que geram possibilidades de conexões e inserção local em contextos da ‘globalização’ contemporânea” (p. 175).

Bueno (1996), ao tratar de alguns casos do desenvolvimento balneário, como o da Barra da Lagoa, Canasvieiras e Jurerê, visa mostrar o universo das expansões urbanas na Ilha, em distintas épocas, diferenciando as estruturas urbanas pioneiras daquelas organizadas depois do incremento da atividade turística na Ilha e o relacionamento entre elas. A formação dos balneários com caraterísticas turísticas, nos casos estudados, tem obedecido às leis de mercado (terra) no Brasil.

Como fator impulsionador dessas mudanças, conforme Bueno, tem-se “o incremento dos meios de transporte terrestres motorizados” e o estabelecimento das “estradas gerais”:

Estas estradas cortaram as glebas coloniais, geralmente junto   base dos morros conformadores das enseadas da orla. Fazem a ligação com as outras freguesias, mas, principalmente, a ligação com o núcleo central da cidade, ao juntarem-se com as rodovias estaduais que invadem o território insular de Florianópolis. (1996, p. 100).

Vários aspectos e situações conjunturais, a partir dos anos 70 (locais e nacionais), favoreceram um desenvolvimento mais intenso do turismo. As formas de investimento do

190 apartamentos, *shopping center*, marina e estacionamento. Propriedade do Grupo Portobello” (p. 98).

capital modificaram-se a partir dos anos 80, com “empreendimentos planejados por agências especializadas em turismo, com capitais poucas vezes locais”, onde projetos urbanísticos passaram a ser implantados a partir de padrões muito sofisticados para o estilo da Ilha (Bueno, 1996).

Os impactos ambientais decorrentes do processo urbano desordenado, aliados ao processo turístico, também têm sido alvo de problematização. Claudino (2003), por exemplo, refere-se às transformações no litoral catarinense resultantes das atividades turísticas como causadoras de “[...] impactos negativos ao equilíbrio ecológico e às comunidades pesqueiro-artesanais que necessitam desta área para viver”, transformações estas relativas à expansão do capitalismo. Nessa lógica, a paisagem torna-se mercadoria ao consumo turístico. Sua pesquisa localiza-se em Ganchos (atual Município de Governador Celso Ramos-SC), demonstrando contradições que envolvem novas atividades econômicas locais. Claudino também trabalha com entrevistas de moradores e visitantes, que incluem a representação sobre a praia. Ele demonstra, nesse sentido, que a praia é considerada local de trabalho para os moradores, mas também de lazer, enquanto, para os visitantes, ela é vista, predominantemente, como local de lazer.

Santos (1993) analisa a urbanização nas praias de Canasvieiras e Jurerê Internacional, em função do turismo de veraneio. Trata das especificidades do espaço turístico nesse processo. Alega que “[...] o aspecto subjetivo [...] representa um papel fundamental quanto aos motivos que levam o turista a determinado local”. Enfatiza os aspectos da oferta turística. Busca destacar elementos para um planejamento turístico ideal. Também descreve o processo de desenvolvimento do turismo na ilha e as transformações do espaço, particularmente no norte, destacando as políticas de desenvolvimento do turismo e planejamento turístico.

No enfoque da Geografia, Rocha (2001) analisa o processo de produção social do espaço urbano, tendo como base o desenvolvimento turístico, como a questão de como o

turismo interfere na formação das paisagens de Florianópolis e na vida de “locais”. Rocha analisa a atuação estatal no processo histórico do planejamento urbano e turístico de Florianópolis, destacando-se as leis de ocupação e o uso do solo dos balneários. São salientados alguns estudos de caso (Jurerê Internacional, Costão do Santinho, Porto da Barra). Sobre o Porto da Barra, afirma que a comunidade da Barra está dividida: para alguns, interessa os empregos a serem gerados, enquanto outros desconfiam dos benefícios que virão. O projeto havia sido aprovado, mas várias liminares impediam o início das obras (informações que Rocha obteve até o fim de seu trabalho).

A análise do turismo em Florianópolis, a partir da concepção de “indústria pós-moderna”, pode ser encontrado no trabalho de Ouriques (1998). O autor baseia-se na análise de David Harvey (1996) sobre a questão da pós-modernidade, mas também se utiliza de princípios básicos das análises de Karl Marx sobre a natureza do capitalismo, visando “desmistificar” a concepção de que o turismo seja uma “nova indústria”, equilibrada e sustentável. Destaca, principalmente, a questão da especulação imobiliária, associada ao desenvolvimento do turismo, referindo-se a um processo mais amplo na ilha, de “apropriação privada dos ‘espaços de lazer’ e de exploração da força de trabalho”. Ele investiga o que os florianopolitanos pensam à cerca do turismo na capital e avalia algumas situações referentes ao emprego ligado ao turismo. Seus dados mostram que a maioria da população considera o turismo importante para a cidade, em função, principalmente, do incremento econômico.

Outros estudos analisam, por exemplo, o *marketing* turístico de Florianópolis, no sentido do desenvolvimento do turismo na Cidade, e as políticas que impulsionaram o mesmo, assim como as estratégias de planejamento e comunicação.⁴⁴ Zanela (1999), por exemplo, analisa a construção do discurso sobre o turismo em Florianópolis, processo marcado por alguns eventos, como a elevação de Florianópolis, em 1993, à categoria de “Capital Turística

⁴⁴ Ver Güttler (2002).

do Mercosul”.

Na investigação das relações entre “nativos e turistas”, aparece o trabalho de Martins (1995), que avalia mudanças nos processos de socialização na praia do Santinho com o avanço do turismo, particularmente, em função do empreendimento Costão do Santinho. Martins avalia os movimentos da comunidade como sendo permeados por vários rituais, que se alternam entre o período da temporada de verão e os outros períodos do ano. Para tal, refere-se a várias atividades sociais no bairro que recuperariam e reafirmariam “alguns valores comuns aos moradores do bairro”. Nesse contexto de encontros ritualísticos, ele afirma que a comunidade reinventa “[...] uma ‘ordem’ que está sob constante ameaça e em constante mutação”. Os moradores, reconstituindo suas histórias, também estabelecem suas diferenças com os “de fora”. Martins relata que, em sua experiência de campo, observou que, ao participar de algumas conversas entre moradores, percebia que seu acesso estava sendo limitado, porque eram usados termos muito específicos e uma fala muito “ligeira”.

Banducci Jr. (2001) cita essa pesquisa como exemplo, onde, a partir do turismo, as comunidades envolvidas podem vir a reforçar suas identidades culturais, aspecto também demonstrado no estudo de Grunewald com os índios pataxós na Bahia, demonstrando a reorganização da etnicidade pataxó no contexto do turismo.

Martins (1995) também descreve alguns aspectos dos caminhos traçados na Cidade, “na rota do turismo”, destacando as mudanças resultantes desse processo no âmbito cultural, especialmente através do *surf*, segundo afirma, um esporte que “[...] vem sendo operacionalizado pelas administrações públicas como um elemento constituinte da identidade florianopolitana”. Martins caracteriza Florianópolis como uma cidade de contrastes entre o “velho” e o “novo”, o que envolve aspectos tanto arquitetônicos como mais especificamente culturais, e salienta que não se trata do sistema tradicional *versus* moderno, ou do sistema

atrasado versus desenvolvido, e, nesse contexto, ele também destaca algumas facetas do processo de modernização da Cidade, onde o turismo é elemento fundamental .

Como resultado da “modernização”, Martins considera que, embora os nativos criem cultura, como resposta às mudanças advindas da modernização/turismo, eles não têm condições de superar sua condição, à medida que essa é uma lógica inerente ao processo capitalista.

Sobre a relação turistas e população local, em relatos de pesquisa realizada em Ingleses, Silva (2001) comenta que “[...] muitas das populações residentes não protestam diante das várias ‘invasões’ ocorridas em seus espaços, porque existem promessas de benefícios econômicos e de melhoria da qualidade de vida” (p. 177). Inicialmente, a autora participou de pesquisa na área de saúde com os moradores (1988-90), e quando houve retorno à comunidade, em 1996, foi grande o impacto por parte da pesquisadora em função das mudanças ocorridas com o avanço da atividade turística.

Silva (ibid.) refere-se a Ingleses como uma comunidade tradicional, estando historicamente isolada do núcleo central da ilha (mais urbanizado), sendo que os costumes açorianos se preservaram com o crescimento da capital. Há ainda, segundo a mesma, outros locais com características semelhantes, mas, ali e também em Canasvieiras (ambas no norte da ilha), as transformações “socioculturais-ambientais” foram mais impactantes nos últimos 15 anos: “[...] as chamadas ‘invasões turísticas’ ocorreram principalmente no norte (com a chegada de argentinos, principalmente) e no leste (com gaúchos e cariocas que vieram trazidos pela Eletrosul)” (p. 185). Seguem, ainda, tais relatos sobre a localidade:

Na comunidade dos Ingleses, [...] ao que parece, o turismo, associado ao aumento do mercado imobiliário na região, vem modificando todo o *modus vivendi* das pessoas. Existem hoje duas comunidades que vivem de forma diferenciada: o grupo dos que perderam, daqueles que, por falta de conhecimento ou de recursos, não puderam até o momento obter ganhos econômicos com as mudanças” (p. 186).

Um outro tipo de pesquisa que pode ser citada em termos da relação turismo e população local é o relato de Santos (1997). Ele mostra a repercussão do desenvolvimento do turismo a partir dos anos 80, através da percepção dos ilhéus, no caso, em Pântano do Sul, sobre o turismo e os turistas, as expectativas e as queixas da população local.

Demonstra Santos (ibid.) que a percepção da população tende a ser positiva, acreditando na melhoria de suas condições de vida, cuja economia se baseava na pesca. Entretanto, segundo depoimentos, os turistas, no início, não eram bem vindos, pois eram *hippies*, mas, quando começaram a aparecer as famílias, com mais dinheiro para gastar, a visão do morador mudou de figura. Santos também comenta que muitos também escolhem para quem alugar as casas, evitando alugá-las para jovens, vistos como baderneiros e provenientes de comunidades mais liberais (Cunha, em estudo sobre a Barra da Lagoa, comenta aspecto semelhante da visão dos barrenses em relação aos forasteiros jovens).

O turista, nesse contexto, romperia a ordem social, e muitos os vêem apenas como fonte de lucro; conclui que o turismo é visto positivamente, mas não o turista, embora os moradores reconheçam haver “bons” turistas.

Numa abordagem mais interdisciplinar, Oliveira (2003) estuda o turismo em Florianópolis, partindo das polêmicas sobre o desenvolvimento da ilha e o turismo nesse contexto, enfocando as representações sociais do turismo na Praia do Campeche. O estudo envolveu moradores e turistas. O turismo é visto como sinônimo de lazer e como um “sistema cultural significativo” que apresenta um “universo representacional complexo”. A autora aponta, como um de seus objetivos centrais, contribuir para um planejamento sustentável.

Oliveira utiliza-se da concepção de liminaridade, presente em trabalhos como o de Victor Turner. A partir de seu trabalho de campo, ela avalia que há uma visão positiva sobre o turismo no Campeche, mais acentuada nos moradores adolescentes. O lazer aparece como o termo mais evocado pelos grupos pesquisados. Dessa forma, a autora sugere a hipótese de que

“[...] o *lazer* é o elemento hierarquicamente mais importante da representação social do turismo”, sendo seguido por “viagem” e “férias”; a praia não aparece como elemento central, mas como um protótipo do turismo no litoral. Oliveira reconhece, contudo, que não se pode deixar de lado o fato de o universo representacional identificado também poder ser influenciado pela mídia, ao destacar a natureza da ilha e sua qualidade de vida. Conclui que, em geral, há consciência sobre os riscos socioambientais em função do turismo e traz algumas recomendações para uma discussão sobre o futuro da praia e a importância de um turismo sustentável.

Também trabalhando com representações de turistas, encontra-se a pesquisa, já citada, de Schmeil (1994). Ela analisa a relação entre população local e turistas argentinos, nas praias de Canasvieiras e Barra da Lagoa (predominantemente em Canasvieiras), afirmando que, em Canasvieiras, observa-se a suspensão de regras, ou suspensão do cotidiano, por parte do turista argentino⁴⁵, descontentando, nesse caso, a população local.⁴⁶ A autora também se utiliza da concepção de liminaridade, onde o turismo é percebido enquanto ritual de inversão.

Schmeil (ibid.) procura mostrar que Florianópolis faria parte de um sistema mais amplo de representações sobre o Brasil, e os argentinos buscariam ali também encontrar esses elementos mais gerais. Conclui que, além de aspectos negativos do turismo que sobrecarregam a população local, aspectos positivos também coexistem, como a valorização de sítios naturais e de aspectos culturais. Desse modo, segundo a autora, o turismo tem um papel ambíguo, mas ressalva que os aspectos negativos têm tido um impacto maior, à medida que o turismo está sendo “muito mais agressor”, e o turista, de qualquer região que seja, tem sua parcela de responsabilidade. Porém Schmeil acrescenta que o turista não é de todo culpado, pois se deve considerar o papel da iniciativa privada e de diversos tipos de órgãos

⁴⁵ A literatura tende a mostrar que uma das facetas do “ser” turista é a experiencição de uma liberdade e permissividade maiores do que em seu local de origem.

⁴⁶ O que também tende a ser uma tendência em vários países.

públicos envolvidos. Além disso, ela cita o fato de que muito do dinheiro que entra na Cidade com o turismo fica em mão privada, onde proprietários burlam o pagamento de impostos, sendo comum “[...] a construção de hotéis com fachada de casa ou hotéis residência, que desobriga o proprietário a pagar os devidos impostos”. Schmeil também alega que o próprio poder municipal perde muito em impostos, pois muitas atividades da economia turística são informais, e, em função dessas questões, a vida na cidade torna-se um caos, reforçando o descontentamento dos locais que atribuem os problemas ao turista.

No estudo de Schmeil, há vários outros aspectos negativos citados em relação à população local nesse contexto, que confirmam a literatura que trata dos impactos sociais negativos do turismo sobre populações locais em países periféricos.

Alguns estudos, conforme já comentado, demonstraram o processo de desenvolvimento de Florianópolis como atração turística a partir de estratégias de *marketing*. Como parte dessa estratégia, encontramos a “difusão de peculiaridades culturais herdadas dos descendentes açorianos”, como nos indica Machado, que afirma que a

[...] redescoberta do valor da açorianidade está alicerçada nas investigações antropológicas do Prof. Franklin Cascaes que, em seus estudos folclóricos privilegiou o papel da ‘bruxologia’ no imaginário do cotidiano ilhéu. E foi a partir dessa condição que se produziu a elevação de Florianópolis à categoria de ‘*Ilha da Magia*’, conforme propagandeou o IPUF em alguns de seus documentos técnicos [...] (p. 186).

Machado conclui, referindo-se à “produção do lugar” como estando associada à “fabricação de uma vocação”, no caso de Florianópolis, “[...] hoje vinculada predominantemente às atividades de turismo num plano mais visível e mercantilizada sob várias imagens midiáticas” (p. 221).

Martins (1995, p. 97-98) também cita esse processo, quando, a partir de 1987, órgãos do Estado e do Município ligados ao turismo — Santur e Secretaria de Turismo (Setur) — passam a

[...] implementar uma estratégia de *marketing* publicitário via folders, panfletos, vídeos, etc., onde apresentavam algumas peculiaridades da cidade e do Estado. Com

este movimento, verifica-se que alguns traços característico da Ilha — “o exótico” — passaram por uma releitura e uma reapropriação, sendo inserido dentro da “lógica do espetáculo.

Martins refere-se também à campanha publicitária da Secretaria Municipal de Turismo: Florianópolis — Ilha da Magia. A estratégia visava internacionalizar o turismo em Florianópolis.

Nesse contexto, passou a ser destacada a “vocação turística” da Cidade, e Martins, ao referir-se a Florianópolis como uma cidade de contrastes entre o “velho” e “novo”, entende que esse contraste vai sendo equacionado pelo processo de modernização da Cidade e, ao mesmo tempo, pela preservação de “valores culturais tradicionais”. O processo de internacionalização da Cidade é percebido, segundo relato do autor em seu trabalho de campo na Praia do Santinho (norte da ilha), onde cita a aprovação, em 1987, pela Câmara do Município, do seria o *resort* Costão do Santinho.

Martins (ibid.) cita também, como exemplo do processo de inserção do turismo na ilha, campanhas publicitárias, tais como a veiculação da mensagem “Receba bem um turista”, de 1989. Segundo ele, os encontros entre nativos e turistas v o reafirmar representações associadas ao projeto das classes dominantes. Nesse processo relacional, os locais acabam adaptando-se   situação do turismo, e Martins cita, nesse sentido, que muitas pessoas que vendem algum tipo de mercadoria ou serviço aprenderam, por exemplo, o “castelhano”, como parte do “receber bem”.

Zanela (1999), analisando o discurso turístico sobre a ilha, afirma:

[...] as imagens da ilha são criadas com várias significações explícitas de sedua  o, encanto, magia, que são induzidas pela linguagem dos divulgadores — os políticos, empresários, comerciantes, guias, promotores — os “fazedores do turismo”. O espectador/ouvinte, por sua vez, pode sentir o prazer da visita, viajar no verde, bronzear-se ao sol, banhar-se nas belas praias, mergulhar na cultura, na tradição, na paz e na liberdade que lhe passam a imagem e o discurso (p. 48).

Souza (2005), ao estudar o movimento do RAP, “[...] estilo musical que faz parte do Movimento Hip-Hop”, em Florianópolis, questiona o discurso sobre a ilha, enquanto “ilha da

magia”. A autora mostra personagens que não são visíveis nesse lugar considerado “mágico”; esses personagens representam a “realidade do povo preto e pobre na cidade”.

3.1.2 A Barra da Lagoa e o turismo

O “turista” não é uma categoria homogênea. Para Bauman, por exemplo, ele só pode ser entendido em função de seu alter-ego, isto é os nativos, locais, população hospedeira, ou como se queira chamar, o seu outro, sem o qual não existiria enquanto tal. Esse outro, a princípio territorializado, que temos aqui como referência, um contraponto e um “pano de fundo”, está na praia da Barra da Lagoa⁴⁷, Florianópolis, ilha de Santa Catarina, antiga Nossa Senhora do Desterro, Brasil.

A Barra da Lagoa ainda não passou por mudanças territoriais planejadas para o desenvolvimento do turismo, não se verificando, até o momento, empreendimentos de porte vultoso (embora exista o polêmico projeto Porto da Barra). Dessa forma, é uma das localidades que mantém aspectos identitários tradicionais, enquanto comunidade de pescadores, convivendo com as mudanças advindas dos fluxos turísticos.

Mingori (2001) cita estudos sobre o turismo na Barra da Lagoa, tendo em vista o desenvolvimento da região a partir de meados dos anos 80, onde já estaria em curso, nos anos 90, um processo de turismo mais internacional.

Uma descrição mais detalhada sobre a Barra da Lagoa e sua comunidade pode ser encontrada no trabalho de Cunha (1987). A autora trata da comunidade de pescadores⁴⁸ e das mudanças locais pelas quais tem passado a partir dos anos 80. Embora seu tema não seja o

⁴⁷ A Barra está limitada, ao norte, pelo Distrito de São João do Rio Vermelho, ao sul, pelo povoado da Fortaleza da Barra, a leste, pelo Oceano Atlântico e, a oeste, pela Lagoa da Conceição; fica a 24km da Cidade, cuja estrada de acesso é do final dos anos 60 (Cunha, 1987).

⁴⁸ Referência à Dissertação de Mestrado de Cunha (1987), sobre o “tempo e o espaço dos pescadores da Barra da Lagoa” e suas alterações de ritmo em função das mudanças urbanas e sociais.

turismo na Barra, seu estudo reporta-se ao fenômeno turístico, enquanto pano de fundo de um conjunto de transformações que vêm ocorrendo nas praias florianopolitanas.



Figura 3: Mapa da ilha de Florianópolis-SC.

FONTE: Prefeitura Municipal de Florianópolis. Disponível em:

<http://www.pmf.sc.gov.br/turismo/>

Cunha (ibid.) busca detectar a singularidade do tempo e do espaço dos pescadores da Barra da Lagoa, a partir das mudanças que se manifestam, invadindo sua lógica (referindo-se à lógica urbano-industrial e ao desenvolvimento do turismo); ela acompanhou o ciclo da pesca de 1985 a 1987.

É no início dos anos 80, segundo a autora, após asfaltamento da principal via de ligação da cidade com a praia (pavimentação do trecho Lagoa da Conceição—Barra da Lagoa), que o turismo teve seu processo facilitador. Cunha refere-se aos “sinais da modernidade”, ao nos adentrarmos no povoado, que vão penetrando o lugar: *campings*, hotéis, bares, restaurantes, etc., sendo difícil, segundo conta, perceber que ali vivem pescadores. Para ela: “A especulação imobiliária e a expansão do turismo concorrem significativamente para a extinção da lavoura na vida litorânea”. Além disso, destaca que a transformação da praia em atração turística deixou pouco espaço à pescaria.

A etnografia de Cunha descreve a cadeia de relações, onde se insere o próprio turista, destacando-se a própria diferenciação do seu espaço físico pelos diferentes atores: o território da costa fluvial, de tradicional domínio do pescador envolve uma teia de relações — pescadores ativos ou inativos, atravessadores (“pombeiros”), representantes de empresas pesqueiras, representantes do Estado, turistas e especuladores imobiliários. Na faixa para dentro entre o mar e o rio, estão os moradores (nativos e pessoas de fora). Nesse processo, foi sendo extinta a típica morada do pescador, e muitas áreas foram loteadas. Com a maior presença dos “de fora”, foi havendo necessidade (e conflitos) de demarcação entre vizinhos.

Acrescenta, ainda a pesquisadora, que as famílias nativas têm geralmente lotes de casa em comum, diferentemente dos veranistas; as distâncias, devido às irregularidades dos lotes, não são representadas fisicamente, mas, muito mais, socialmente. Os nativos aparecem na paisagem turística prestando serviços aos de fora para aumento de seus rendimentos (os fetiches da urbanidade, refere-se Cunha), e o turista compõe um novo cenário, com hábitos e

valores distintos da tradição do pescador, através de um ritmo diferente de tempo: “tempo e espaço turístico” que não desaparece, quando os turistas vão embora. Conforme a autora, esse é um período curto do tempo, mas a figura do turista fica “marcada”. Nesse “tempo e espaço turístico”, mudam as práticas de consumo, horários e padrões de sexualidade (maior liberalização dos turistas). Por parte dos moradores, aparece a queixa de que o progresso na Barra tem como problema a droga e a prostituição, em especial, no verão.

Seus relatos ainda demonstram que os nativos têm um forte sentimento de localidade, que se atualiza no contraste nativos versus de fora (de Florianópolis, outros estados, etc.), sendo os “de dentro” vistos de forma positiva, e o local físico visto como cheio de belezas; aos “de fora”, contudo, não há só atributos negativos, pois eles são valorizados por trazer dinheiro e progresso.

Em geral, pode-se dizer que há uma espécie de senso comum onde a Barra costuma ser vista como uma praia “popular”, onde se concentra a população mais jovem e de classe média, média baixa. A Barra da Lagoa também fez parte de pesquisa desenvolvida por Schmeil (1994), embora seu foco central fosse a praia de Canasvieiras, onde a pesquisadora observou que o impacto dos turistas sobre a população nativa era mais contundente na Barra, pois argentinos estavam misturados aos nativos.

Sobre o trabalho de campo, Schmeil alega ter-se sentido mais à vontade na Barra; “[...] os turistas eram de uma classe menos favorecida” e mais jovens, “[...] muitos possuíam nível de escolaridade maior, e pareciam ter mais vontade de conhecer a realidade local. Pareciam menos temerosos em conhecer o Brasil” (p. 3).

Nesse caso, o turista tem, como objetivo central, o consumo, o que é explorado pelos “locais” (com aumentos significativos dos preços em geral, em épocas de temporada). Na Barra, ela sentiu um grau de confiança maior por parte dos entrevistados.

Bueno (1996), ao analisar algumas praias, dentre as quais a Barra da Lagoa, do ponto de vista urbanístico, descreve sua ocupação e a expansão da malha urbana, dizendo que essa última expansão mostra que o local “[...] ainda mantém fortes traços sócio-econômicos e culturais da ocupação pioneira, manifestados em atividades pesqueiras e festas populares. Ocupa uma área de aproximadamente 98 ha, com a população fixa perto de três mil habitantes, chegando a contar com mais de seis mil pessoas em fins de semana do verão” (p. 93-94).

A Barra da Lagoa cresceu dentro de sua estrutura inicial, pelo desmembramento de lotes e glebas pioneiras. “[...] o incremento turístico foi absorvido em sua própria estrutura urbana ou nas expansões do desenho inicial, nos últimos dez anos tem recebido forte impacto pela implantação de novas estruturas urbanas, já vinculadas ao grande capital, com padrões espaciais específicos” (ibid., p. 103).

Bueno, baseado nos estudos do Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF) (Plano de Reestruturação da Barra da Lagoa, 1991), utiliza os seguintes termos:

[...] *veranistas* englobará tanto os *visitantes* ocasionais, moradores da cidade ou região, e que não demandam de moradia nos balneários, como aqueles que para lá se deslocam, com a finalidade de permanecer mais do que um fim de semana ou feriado, os turistas. [...] os turistas provocam, na estrutura urbana física, impacto mais evidente, pela demanda de locais de hospedagem mais permanentes e, portanto, mais modificadoras da paisagem (1996, p. 103-104).

São destacados três tipos de arranjo sociais, descrevendo seus aspectos socioeconômicos e o uso que fazem do espaço: os nativos, os moradores não nativos e os veranistas (p. 104-108). A Barra da Lagoa teria a maior porcentagem de moradores não nativos, cerca de “33% do total de usuários permanentes” (IPUF, 1991, p. 32 apud Bueno, 1996).

No grupo dos veranistas, destacam-se os turistas, devido ao “[...] impacto que causam nas estruturas sócio-ambientais dos locais visitados”. Bueno, ao organizar um mapeamento da Barra da Lagoa, localiza um “ponto final”, local

“[...] para onde convergem a maioria dos fluxos, e também se encontra a igreja e principais restaurantes e bares. Este local pode ser descrito como o centro cívico e comercial da Barra Nativa e mesmo da Barra da Lagoa inteira.

O comércio e serviços presentes na região quase não sentem a sazonalidade do turismo, mantendo-se, em sua maioria, abertos durante o inverno. Isso pode ser explicado pela presença significativa de moradores não nativos, usuários permanentes que movimentam a economia do lugar” (p. 148).

Sobre a popularidade da Barra, Bueno (ibid.) afirma:

Reconhecidamente a praia da Ilha preferida pelos menos favorecidos economicamente da região do aglomerado urbano de Florianópolis, o verão atrai para ela uma multidão de trabalhadores assalariados também de outras regiões e até mesmo países. [...] Especialmente no verão, encontram-se ali [referindo-se ao ponto final] pescadores, comerciantes, *tardo-hippies* e seus artesanatos, alternativos em geral, misturados com alguns turistas de renda média, com seus carros novos e máquinas de vídeo que registram a bela paisagem natural e cultural (incluindo-se a pequena ponte pêncil), e visitantes da própria cidade que utilizam-se da areia em frente a área pavimentada para praticar esportes de praia. A partir deste epicentro cívico e funcional estende-se pela orla uma quantidade relativamente grande de bares e restaurantes de comida nativa onde a música embala os momentos de lazer e diversão destes grupos sociais (p. 148-149).

Em relação ao que é oferecido ao turista para sua hospedagem na Barra da Lagoa, pode ser observado que há várias ofertas de hospedagem, dentre casas e pousadas. Sendo a Barra um lugar pequeno, há um ou outro hotel. As pousadas, em geral, oferecem quartos ou apartamentos, onde é possível se ter disponível uma pequena cozinha (segundo relatos de um dono de pousada entrevistado por Márcia, antropóloga que compartilhou momentos do trabalho de campo comigo, isso foi ocorrendo porque os argentinos, turistas que vinham em maior número, demandavam ter um espaço para tomar seu café da manhã e poder fazer refeições). É possível também se perceber uma complexa rede de aluguéis e disputas pelo turista, que começam mesmo antes da escolha da praia, na rodoviária, então, em geral, os turistas são abordados quando chegam com malas ou mochilas (de acordo com observações pessoais, conversas com a Márcia e relatos de alguns entrevistados).

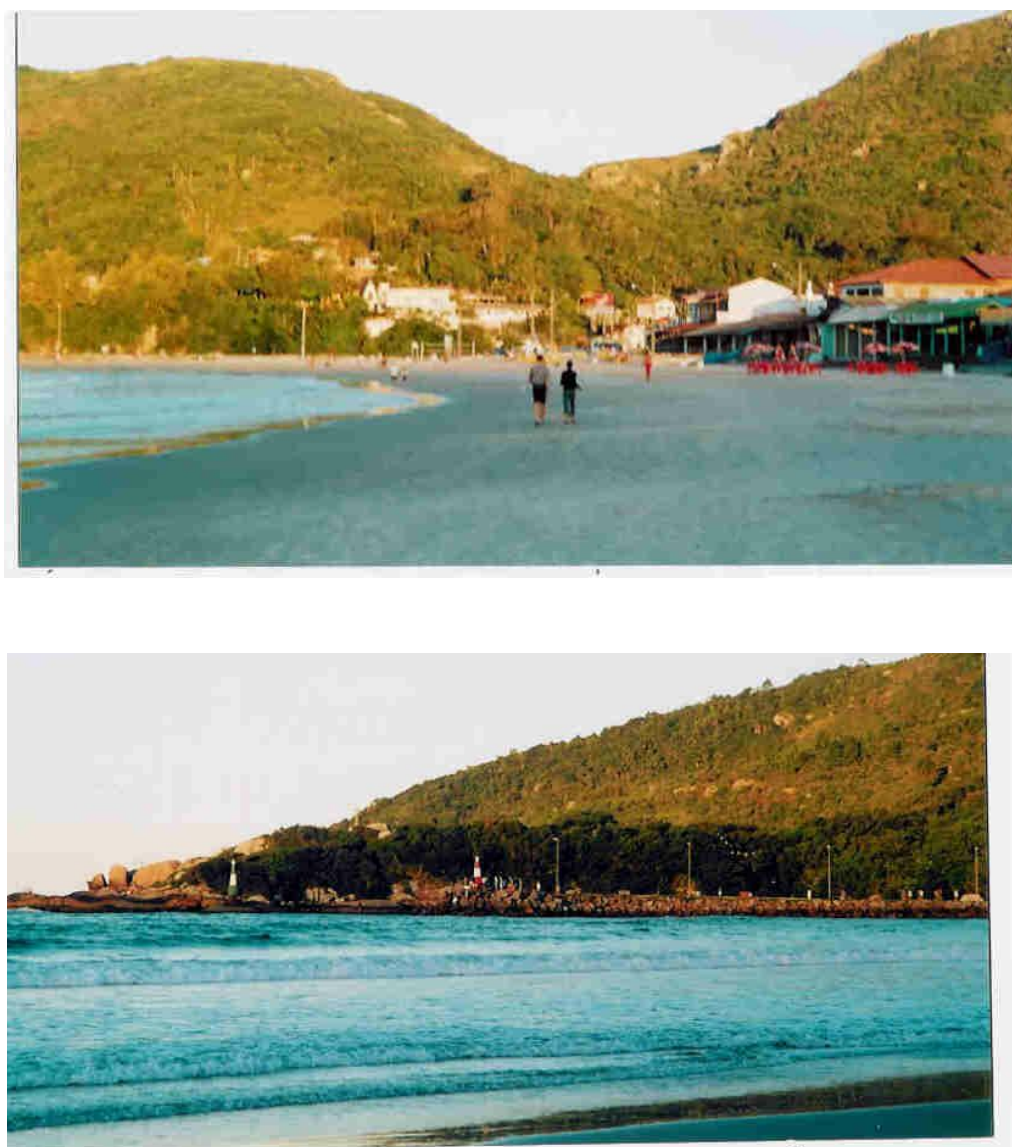


Figura 4: Nas duas fotos acima, temos a beira-mar, em maio (2002), fora do período de temporada
FONTE: Documento fotográfico da autora.

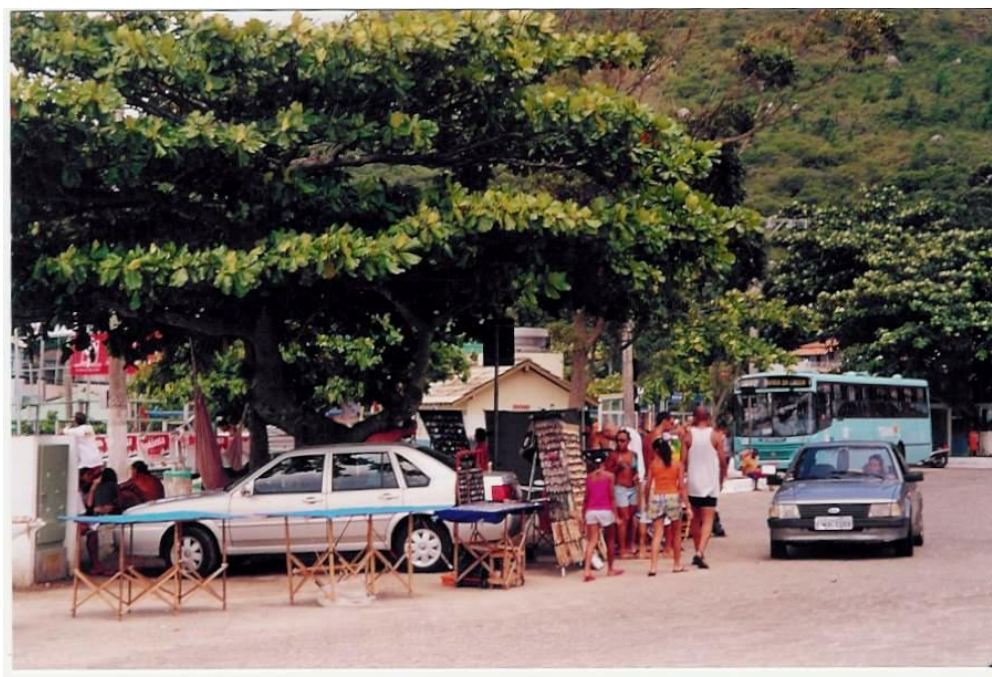


Figura 5: “Centrinho” da Barra da Lagoa: acima, ponto final de ônibus; foto inferior – igreja, na frente do ponto final (temporada de verão, janeiro, 2003).
FONTE: Documento fotográfico da autora.



Figura 6: Beira-mar, pedras e farol ao lado do canal (temporada de verão, janeiro de 2003).
FONTE: Documento fotográfico da autora.

3.2 Dialogando com os turistas: reflexões sobre o trabalho de campo/metodologia

Conforme dito na Introdução desta pesquisa, o trabalho intelectual é uma “viagem”. Em meu caso, tive que empreender uma dupla viagem: a do deslocamento físico e a do deslocamento de meu olhar para enxergar este “outro” o viajante, o homem comum que sai de férias para descansar, passear, fazer turismo, esse “outro” que também, em muitos momentos, eu mesma fui. Quero, com isso, dizer que, em alguns momentos de nossas vidas, leia-se, de classe média, ao menos, desempenhamos o papel de turistas. Krippendorff lembra-nos que esse é um papel pronto a pichações, isto é, o turista carrega um estigma, envolvendo o que é pejorativo e até o ridículo. Diz mais, pois ressalta que “Turistas são os outros”, à medida que não queremos ser reconhecidos como turistas.

Assim, para realizar este trabalho, saí a obedecer a um ritual digno de quem sai de férias: deixei tarefas pessoais encaminhadas, a fim de ficar fora de minha cidade por uns dias, para poder viajar a uma cidade turística, tendo que pensar detalhadamente em tudo o que tinha que constar na bagagem, particularmente para poder ir à praia e estar devidamente “fantasiada”, com biquíni, canga, roupas leves, um forte protetor solar para o corpo, outro para o rosto, outro para os lábios, chapéu, óculos escuros... será que esqueci de algo? Bem, há, claro, o material específico que me distinguiria de uma turista em férias na praia: o gravador, papéis, anotações e coisas do gênero.

Nessa empreitada, dei-me conta que teria que ser uma “espécie” de antropóloga na praia. Digo, espécie, porque como socióloga, não treinamos o “olhar antropológico”, isto é, não aprendemos a ser etnógrafos. Mesmo antropólogos “treinados”, admitem que a etnografia não é uma tarefa tão simples. Gilberto Velho, por exemplo, afirma: “Quando um antropólogo faz uma etnografia, uma de suas tarefas mais difíceis, como sabemos, ao narrar um evento, é

transmitir o *clima*, o *tom*, do que está descrevendo. [...] quase sempre, fica-se com a sensação e/ou sentimento de que falta algo crucial” (1994, p. 13).

Nessa tarefa, lembrei da dissertação de Schmeil (1994) descrevendo aspectos de seu trabalho de campo nas praias de Canasvieiras e Barra da Lagoa. Seu relato demonstra o quanto foi difícil a tarefa a qual se propôs. Em meu caso, imaginei que não teria que enfrentar tantos percalços, como os descritos por ela, mas, em comum, teríamos o mesmo universo: estar, em época de verão, no meio de turistas que gastam, curtem a praia, isto é, sol, areia, mar, cerveja, petiscos, música, conversas à toa, etc. Entretanto eu estaria preocupada, nesse cenário, em como chegar nas pessoas para pedir uma entrevista, cuidando para não interromper a integração familiar, a conversa de amigos, a degustação de um sorvete, de um milho, o jogo de frescobol e todas essas coisas que as pessoas fazem na praia. Diria que essa tarefa, para quem gosta de estar na praia, é um pouco torturante! Outros, em meu lugar, diriam: “Esta não é minha praia!” Em comum com os turistas, eu torcia para que não chovesse, a fim de poder desempenhar minha tarefa.

Além disso, comenta Schmeil que esse tipo de situação, implicaria dificuldades na obtenção de informações. Ela se pergunta, por que as pessoas iriam se dar ao trabalho de querer pensar, refletir, em situações como essa? Eu acreditava que isso seria um obstáculo importante para o trabalho de campo, ou seja, entrevistar pessoas em férias, na condição de turistas. Contudo, paradoxalmente, em raras situações, senti-me como um estorvo, incomodando aqueles momentos prazerosos dos turistas. Ao contrário, a maioria demonstrou ter gostado de conversar, e fui dando-me conta, posteriormente, de que isso indicaria aspectos que deveriam ser levados em conta, para além do que as perguntas formuladas solicitavam. Quero dizer que fui percebendo que alguns falavam de questões mais subjetivas, que não estavam relacionadas às perguntas por mim formuladas, embora outras perguntas suscitassem respostas mais pessoais.

Outro ponto a considerar é que o contexto em questão não me era estranho, pois já conhecia a Barra da Lagoa, tanto como turista, em algumas ocasiões, como moradora de Florianópolis, em outro momento, sendo que sempre gostei de freqüentá-la. Todavia, há tempos, eu não tinha contato com a praia e, ao voltar como pesquisadora, tive a sensação de que a praia continuava “familiar”, no sentido de ser procurada por famílias, mas, ao mesmo tempo, mais heterogênea.

Os contatos com a Barra, nessas condições, ocorreram em diferentes períodos. Num primeiro momento, em julho de 2002, como rápida passagem e, posteriormente, nos meses de janeiro e fevereiro de 2003. Janeiro é um período em que pode se observar vários tipos de turistas, além dos moradores da ilha que freqüentam a praia. Temos mais famílias, uma classe média escolarizada e estrangeiros de distintos países estão descobrindo a Barra da Lagoa. Os argentinos continuam visitando o local, mas, particularmente, naquele verão de 2003, devido à crise econômica argentina de 2002, *los hermanos* não marcaram presença tão forte, em especial, os jovens com seus cabelos desgrenhados, brincos, tatuagens e cordões no pescoço.

Tendo percebido uma maior heterogeneidade de turistas e também, por informações anteriores, fui me preparando para *hablar* com os turistas, mas também *talk to some tourists*. Achei que a globalização estava na Barra, misturada com os elementos tradicionais dessa que é considerada uma grande colônia de pescadores. Incrivelmente, percebi que, em poucos metros, se concentravam quatro locais para acesso à *internet*. Alguns donos de pousada já oferecem seus serviços em algum *site*, ou têm sua própria página. Alguns estrangeiros que conversei tinham pesquisado na *web*, o que contribuiu para chegarem até a Praia da Barra da Lagoa. Eu mesma usei esse recurso para averiguar pousadas e seus preços. Cheguei à conclusão que esses locais são proibitivos para quem viaja sozinha(o), pois costumam ser pequenos apartamentos, e, por isso, o custo é alto para uma pessoa. Assim que, eu pesquisadora, longe de casa, também tinha que me hospedar e, seguindo a tendência dos

turistas, acabei ficando, num primeiro momento, em local “familiar” para mim, um hotel, no centro da cidade, onde já estive várias vezes em meus percursos de doutoranda e também em período de férias.

A primeira impressão, ao voltar para a Barra, é que os turistas tomam conta do local. Apercebemo-nos dos moradores ao entrarmos nas lojas, bares e restaurantes e situações em que nos deparamos com algum tipo de prestação de serviço (Schmeil também observou isso, assim como Cunha, em sua dissertação sobre o tempo e o espaço na Barra). Desfilam placas de carro de vários lugares do país, assim como do Uruguai, da Argentina e do Paraguai. Ainda notam-se os “tradicionais” grupos de *hermanos* argentinos, predominantemente, jovens entre a adolescência e idade adulta, mais despojados em seu visual, ao estilo “pseudo-hippies”, portanto, ouve-se algum castelhano nas ruas.

Para me “inserir no campo”, fui para a Barra nos dois primeiros dias, com minha colega antropóloga, Márcia, doutoranda do Programa de Antropologia da UFSC, que, por estar pesquisando a Barra da Lagoa e o turismo, foi-me apresentada por Carmen. Essa experiência foi bastante valiosa, em especial, por eu estar num programa interdisciplinar e poder, desse modo, compartilhar de um outro olhar sobre o mesmo objeto de estudo. Isso significou para mim, enquanto socióloga, aproximar-me da Antropologia não só pelos livros, mas pelo contato com uma antropóloga. Dessa interação, resultaram trocas de informação, observações e bibliografia, assim como artigos para apresentarmos em congressos. Nesse sentido, a construção de meu objeto de estudo também envolveu essa interação.

A estratégia criada, que me levou à primeira entrevista, resultou de uma espécie de combinação entre “a fome e a vontade de comer”, como se diz. Márcia precisava entrevistar donos de pousadas, e eu me agradaria de ter acesso aos seus hóspedes/turistas. Foi assim que consegui as duas primeiras entrevistas. Num primeiro momento, participei de uma das

entrevistas de Márcia com um dono de pousada. Para meu espanto, ele nos contou que tinha hóspedes do Egito, da Alemanha e de Israel. Pensei: imagine! egípcios na Barra da Lagoa!

Ao caminhar pela Barra, durante o mês de maio de 2002, conversando com a filha desse mesmo dono de pousada que minha colega já havia me indicado, ela comentou que estavam aparecendo muitos estrangeiros no local, especialmente no mês de julho, e que, nesse mês, já havia um certo movimento de turistas que antes não ocorria. Outro dono de pousada que a colega antropóloga entrevistou, cuja entrevista, em parte, também participei, comentou algo semelhante, afirmando que assim como teve que, em outra época, aprender castelhano com os argentinos, agora teria que aprender inglês. Sua mulher, em tom surpreso, disse não saber como estavam aparecendo estrangeiros de locais tão diferentes. Na pousada desse casal, havia suíços e, numa das casas de aluguel que possuem, entrevistei um casal de holandeses.

Esses donos de pousadas reconheceram que, de certo modo, são também turistas, pois aprendem várias coisas com seus visitantes, em especial, com os estrangeiros, descobrindo sua fala, aprendendo seus hábitos e curiosidades sobre o local de origem (como dizem Rojek e Urry, *cultures travel too*). Assim, pode-se dizer que os “hospedeiros” são turistas sem sair de casa, e não se trata aqui de turismo virtual, mas, sim, de contato humano. Um deles comentou que se apega a alguns hóspedes e fica triste quando vão embora, mas também, quando alguns voltam, ele fica contente.

O casal de holandeses, por exemplo, já estava bem à vontade com os donos da casa que alugavam. Quando a dona da casa me apresentou-os, logo me receberam para a entrevista. Cabe salientar que meu primeiro roteiro de entrevista era bastante extenso então, tinha que conversar com as pessoas em local e hora apropriados.

Tendo em vista essa dificuldade de encontrar disponibilidade das pessoas para falar durante, pelo menos, meia hora, em seus locais de hospedagem, reduzi o roteiro mais duas vezes e fiz algumas poucas modificações, daí terem sido usados cinco roteiros, mas se

mantendo um eixo comum, afim de possibilitar comparações. Desse modo, as entrevistas passaram a durar menos tempo, facilitando que as pessoas se sentissem disponíveis para abrir mão de seu tempo. Também percebi que, se tivesse que ir ao local de hospedagem das pessoas, as dificuldades seriam muitas, incluindo tempo e recursos disponíveis. Assim optei por entrevistar os turistas à beira-mar.

Alguns poucos, nessas condições, não se dispuseram a conversar comigo, provavelmente por considerarem que qualquer tempo tomado por mim era muito tempo para quem quer curtir a praia. Um grupo de jovens abordados, por exemplo, não quis conversar (falavam castelhano e tenho a impressão que não eram argentinos), e outro grupo (chilenos) recebeu-me, no “seu” pedaço de areia, meio à contragosto, sendo que logo começou a chover, e eles acharam que era um bom motivo para escaparem da situação.

Percebi que apenas os jovens ficaram desconfiados comigo, sendo menos receptivos. Houve uma situação em que um grupo de jovens, hóspedes de uma pousada, cujo dono Márcia entrevistaria, ao serem chamados por ele para colaborar comigo, confabularam um tempo razoável, entre si, até que o rapaz contatado respondeu um sonoro *no!* Contudo eles eram estrangeiros, israelenses, precisamente, e não sei o que pensaram frente à situação.

Uma outra jovem israelense encontrada perto do ponto de ônibus (onde estavam vários jovens com suas mochilas atrás de lugar para ficar), a qual tentei entrevistar, foi receptiva, mas não quis que gravasse a entrevista. O resultado foi que ela teve que sair meio às pressas, e nossa conversa ficou nos dados iniciais de identificação. Isso, depois, contribuiria para que eu me desse conta que estava atrás de um “objeto” muito móvel.

Enfim, na faixa jovem, consegui, ao final da primeira etapa, a entrevista de uma argentina de 21 anos e de sua amiga, também de 21, bastante simpáticas e com um perfil de turistas não muito típico, porque viajavam de um lugar ao outro, de carona em carona, e

praticavam malabarismo com fogos para poderem conseguir dinheiro, embora uma delas me disse “Somos turistas comuns”.

Em minhas andanças, até um certo momento, imaginei-me como uma andróide *a la* Blade Runner, “caçando” turistas. Há uma cena, a qual gosto muito, em que um andróide, pronto para ser morto, lamenta que as coisas incríveis que presenciou, em sua breve vida, serão apagadas para sempre.⁴⁹

Os turistas, para mim, também teriam passagem breve, e, a cada entrevista, eu pensava “um à menos...”. Embora esse não seja um comentário muito poético, eu não estava pretendendo “eliminar” os turistas, mas sabia que o tempo que eles teriam ou se disporiam para descrever aquilo que viam ou pensavam era fugidio, e eu não saberia de muitas outras coisas porque não poderia reencontrá-los.

Rial (2003) descreve um pouco dessas questões, ao contar sua pesquisa em cadeias de *fast-foods*, perguntando-se como agir frente a objetos de estudo contemporâneos, difíceis de serem demarcados e territorializados. Os “novos” objetos encontram-se em toda parte, sua “[...] presença aparece mais como temporal do que geográfica”, afirma. Em sua pesquisa, ela associa seu objeto à efemeridade dos encontros, uma condição que exige uma antropologia em movimento.

Percebo que os turistas podem encaixar-se nessa reflexão, enquanto um “objeto” de estudo desterritorializado e que também implica uma condição de efemeridade, pois não se “é turista”, se “está turista”, em dado tempo e lugar. Isso também implica que os encontros turísticos têm prazo de validade, o que também significa dizer que pesquisar turistas envolve oportunidades de encontro fugidias, pois são “objetos” em movimento, sempre em busca de algo, mesmo que seja ficar parado por instantes, embora, mesmo para se ficar parado, é preciso se deslocar.

⁴⁹ Blade Runner, filme de Ridley Scott, analisado por Harvey no livro *Condição Pós-Moderna* (1996).

Assim eu diria que são os turistas: estão em todas as partes do mundo, sua condição é justamente não permanecerem num lugar demarcado geograficamente, por muito tempo — hoje posso ser turista em dado lugar, horas depois, pego um carro, ônibus, ou avião e estou em casa, já não sou mais turista, até o próximo conjunto de condições que me possibilitem voltar a sê-lo.

Nessas condições, pode-se também recorrer à Fradique (2003), que cita a emergência de um novo paradigma metodológico (baseando-se em George Marcus e James Clifford, dentre outros). Diz Fradique que esse paradigma trata de uma

[...] etnografia multissituada — que consiste na adaptação de modos de prática etnográfica enraizados a objectos de estudo mais complexos. [...] Desta forma estaríamos perante uma *etnografia móvel* que assume *trajectórias inesperadas* na tentativa de delinear os contornos dos seus objectos de estudo (p. 115).

No caso do turismo, Barreto (2000) considera que, atualmente, poucos são os lugares que não recebem visitas de turistas, e o fenômeno atinge todas as camadas sociais, porque também atinge mesmo os que não o praticam. Além disso, a autora comenta sobre os vários tipos de interações que podem ocorrer a partir do turismo: os turistas envolvem-se em teias de relações sociais, a começar pelos prestadores de serviços, os quais se relacionam com outros tipos de grupos, também os próprios turistas se relacionam com outros turistas, portanto, uma cadeia de relações peculiares. Mas, acrescentaríamos, são relações temporárias.

Além do fator mobilidade inserido nas práticas turísticas, tive que me deparar com outra questão, ou seja, a diversidade de turistas que eu encontraria, implicaria encontrar outras culturas, as quais eu não teria tempo suficiente de conhecer, mas que apareceriam para mim na forma da linguagem. Isso significou ter que me comunicar em outras línguas, que não o português. Volto à citar Rial (2003) que, em sua pesquisa, afirmou ter quebrado uma regra fundamental na área antropológica: falar a mesma língua dos informantes, pois, em suas viagens, foi a lugares em que não falava a língua local. No meu caso, não precisei sair do país

para ter que falar em outra língua, e, além disso, a Antropologia é aqui utilizada mais como abordagem do que como metodologia-padrão.

Neste contexto, meus entrevistados (que não consideraria informantes, no sentido mais antropológico) eram a maioria brasileiros, mas alguns eram argentinos e outros de países distantes, como a Holanda e Israel, onde tive que lidar com alguns contratempos de linguagem, ao usar o espanhol e o inglês, atentando para o fato de que, no exemplo citado, o inglês não era a língua nativa dos entrevistados, nem a minha, assim o sotaque e conseqüente dificuldades de entendimento apareceram em alguns momentos, contudo, nada que pusesse em risco a fala desses “personagens”.

Se partimos do princípio que ser turista é uma condição, de “estar” em turismo, ou “estar” turista, traduzida em movimento, ir à campo num local turístico como a Barra da Lagoa implicou, num primeiro questionamento, algo aparentemente simples: quem são os turistas? Eu saía abordando as pessoas, com a questão: você é turista? Dei-me por conta que é uma pergunta que suscita ambigüidades, pois a condição de ser turista é ambígua. Cito, a seguir, uma abordagem que fiz na beira da praia, a fim de entrevistar uma “suposta” turista.

Encontrei essa mulher na parte da areia onde há menor concentração de pessoas, lugar onde não há acesso visível para ruas e nem bares. Ali as ondas são mais fortes, e costuma-se encontrar a moçada surfando. Quando a abordei, fiquei na dúvida de entrevistá-la, pois, ao dizer que era uma pesquisa com turistas, ela foi logo me dizendo: “Não sou turista, venho todos os anos para cá, eu não viajo, eu ainda pretendo viajar, mas, primeiro, vou fazer minhas plásticas, depois vou viajar, mas não viajo, não sou turista” (repetiu). Fica evidente, nesse caso, a defasagem de minha categoria analítica — turista — e a categoria êmica — nativo.

Eu já não sabia mais se era ou não turista, se devia ou não entrevistá-la. Mas parti do seguinte critério: não mora na ilha (é do oeste do Estado), está de férias a passeio, então, está fazendo turismo. Nesse sentido, passei a considerar turistas todos aqueles que não moravam

em Florianópolis e estavam hospedados na Barra da Lagoa (excetuando os proprietários de segunda residência), tendo deixado suas casas e empreendido uma viagem, para fins, predominantemente, de lazer, independentemente da recorrência ao lugar (houve algum ou outro caso de pessoas que foram entrevistadas na Barra da Lagoa, mas que lá não estavam hospedadas, ou que estavam hospedadas na Barra da Lagoa, mas foram entrevistadas em outra praia).

Assim, acabei entrevistando a turista, que disse não ser turista. Essa conversa me chamou bastante atenção e demarcou um aspecto que estaria presente na “condição de ser” de vários dos turistas entrevistados: gostar de falar sobre si e refletir, nesse que é um espaço tomado para o lazer, para a descontração, que tende a ser visto como um espaço não reflexivo por excelência. Embora tenha utilizado aqui um roteiro um pouco mais extenso (estava no início das entrevistas), ela conversou sobre muitas coisas que não estavam ligadas às perguntas e, até mesmo, se dava conta de que falava sobre coisas que eu não estava perguntando, questões bem pessoais, contando inclusive sonhos, que não teria, segundo ela, revelado a outras pessoas até então. Resolvi, desse modo, dar liberdade para que falasse, pois esse já me parecia um indício que eu deveria levar em conta.

Eu creio que poderia comparar essa situação com a condição de “estrangeiro”, de Simmel (1983), quando ele se refere ao fato de que o estrangeiro, muitas vezes, acaba recebendo “[...] confidências que têm o caráter de confissão e que deveriam ser cuidadosamente guardadas de uma pessoa muito chegada”. Minha entrevistada, ao concluir sua confidência, terminou dizendo “Eu nem sei por que estou te contando isso, é a primeira vez que eu conto isso pra alguém”.

Num outro caso, uma dupla de amigas argentinas, que respondera à minha abordagem afirmando serem “turistas comuns”, parecia estar querendo me prevenir de alguma coisa. A figura do turista, desse modo, causa diferentes reações, mesmo para quem está

desempenhando esse papel. Por um lado, há uma supervalorização dessa condição, por outro, uma ridicularização da mesma e, dessa forma, uma desqualificação do “ser turista”.

Descrevemos, neste capítulo, estudos sobre Florianópolis e seu crescimento associado ao turismo, situando a ilha nos aspectos históricos de representação das regiões insulares e sua relação com o “paraíso”.

O turismo tem sido organizado, na ilha, a partir de um conjunto de elementos, em épocas distintas. Esses elementos têm uma história associada às viagens, mas, no sentido moderno, vai sendo construído um cenário da ilha como atrativo turístico, processo que tem raízes em momentos distintos, passando por estratégias políticas a questões culturais, em relação ao uso do mar e da praia, assim como aspectos derivados da modernização técnica, em termos de infra-estrutura urbana, resultando em padrões de mudança do espaço e suas formas de utilização, bem como em complexificação de estilos de vida, processos estes que têm suscitado análises e polêmicas sobre o desenvolvimento local.

As praias de Florianópolis fazem parte desse processo mais amplo de transformações, mas cada qual com suas particularidades. No caso da Barra da Lagoa, os processos “modernizantes” também são percebidos configurando um embate, explícito ou silencioso, entre o moderno e a tradição. As demandas turísticas refletem crescimento dos meios de hospedagem e novos processos de vida pela comunidade. A Barra é um lugar de moradia da tradição do pescador, mas também vai abrigando outras comunidades, sendo afetada por diferentes estilos de vida da população “passageira”, que é o turista. Os fluxos turísticos estão inseridos nos processos de globalização, dos quais, a população local não tem controle. Pode-se perceber também que estudar o turismo através da figura do turista é também se lidar com um “objeto” móvel, fugidio, que representa a dinâmica das formas de mobilidade contemporâneas. À seguir trataremos dos “encontros turísticos” na Barra da Lagoa.

4 ENCONTROS TURÍSTICOS: ENCONTROS COM OS SENTIMENTOS

4.1 Os turistas e as representações sobre a ilha

Algumas pesquisas sobre Florianópolis e o turismo têm demonstrado determinadas questões relativas às representações que resultam dos processos turísticos, em especial, sobre os turistas e a população local. Nesse sentido, o estudo de Schmeil (1994) pode ser retomado.

Associando Florianópolis a um amplo sistema de representações sobre o Brasil, Schmeil afirma que “[...] o turista busca um mundo diferente ou inverso ao seu”. Segundo sua pesquisa, o turista argentino, em particular, percebe Florianópolis como “[...] um lugar perfeito, a natureza é magnífica e as pessoas são amáveis, cordiais, tranquilas”.

Afirma Schmeil que a xenofilia (palavra que significa a simpatia pelo estrangeiro, coisas ou pessoas) está presente no discurso argentino, que a autora interpreta como uma forma de autorizar determinadas inversões: “O outro é belo, em sua diversidade, ou por sua forma de ser inversa. Parece que o discurso do exagero, da superestimação, seja algo necessário para a realização, mesmo que imaginária, das fantasias e aventuras — inversas — que esse turista deseja vivenciar nos seus dias de não-trabalho” (1994, p. 75).

A autora cita vários exemplos de como ocorre esse processo de inversão, tanto em relação à forma como a população negra chama a atenção dos argentinos, como figura exótica, até a representação que os turistas argentinos, homens, têm em relação às mulheres brasileiras, que representam para eles liberdade e sensualidade, inverso ao que alegam encontrar em seu país.

Por outro lado, Schmeil também descreve a forma como os brasileiros representam os argentinos, ao que afirma:

[...] os brasileiros têm uma imagem preconceituosa e xenofóbica dos argentinos. Esta imagem se constrói e se reconstrói na relação direta das duas populações, nas épocas de temporada em Florianópolis. Mas, é importante destacar, que esta é uma relação desigual na medida em que as duas populações estão em situações bastante distintas no momento em que se encontram. É importante ressaltar esta desigualdade de posições, na medida em que ela contribui fortemente para a construção de novos, e/ou manutenção de velhos preconceitos (1994, p. 105).

Ela complementa que os brasileiros estão em desvantagem nessa relação, por não estarem em férias, mas trabalhando, não tendo o mesmo poder aquisitivo dos visitantes, cujas conseqüências do turismo são, em grande parte, negativas, aspectos que contribuem para a imagem que o brasileiro tem do turista argentino. Trata-se de relações difíceis, onde, muitas vezes, os moradores sentem-se incomodados com certos comportamentos dos turistas. Contudo Schmeil (ibid.), por outro lado, afirma que muitos argentinos sofrem com problemas provocados pela população local, como situações de casas de aluguel onde falta luz e água propositadamente, além da interferência dos proprietários no cotidiano dos turistas.

A autora atribui a conflituosidade entre locais e turistas argentinos pela influência dos aspectos históricos entre os dois países, onde as questões econômicas relativas ao turismo intensificam conflitos e uma xenofobia pré-existente. Entretanto pode-se perceber que os conflitos fazem parte da natureza das relações entre turistas e locais, sejam os turistas estrangeiros ou do estado mais próximo. Nesse sentido, muitos preconceitos são reforçados por esses encontros. Nesse contexto, segundo relatos de minha colega Márcia, quando estávamos na Barra, ela ouvira de um informante queixas de que os israelenses gastavam muito pouco, e, em geral, situações como essa já podem começar a criar estereótipos, quem sabe, do tipo, “israelenses são pão-duros”, etc.

Certos tipos de representações, no entanto, não podem ser dissociadas de um conjunto mais amplo de representações, que estão associadas ao fenômeno turístico, como, por exemplo, aquelas criadas pela publicidade, sobre o local visitado.

No caso de nossos entrevistados, através das falas dos turistas, podemos encontrar representações sobre a ilha de Florianópolis, sobre a Barra da Lagoa e sobre a população local que são, em geral, positivas.

No caso de Florianópolis, conforme comentado anteriormente, a ilha vem sendo “vendida” como a “ilha da magia”. A idéia de “magia” remete-nos ao encantamento, ao enfeitiçamento, ao que está fora de uma lógica racional. Também se costuma perceber a magia como algo predominantemente positivo, de modo tal que o *slogan* em questão tem sido usado em campanhas governamentais para a atração de turistas.⁵⁰

Neste estudo, observa-se se esse universo da magia tem ou não afetado as representações sobre Florianópolis e sobre a Barra da Lagoa. Desse modo, serão destacadas algumas representações sobre a ilha e, particularmente sobre a Barra da Lagoa na visão dos turistas entrevistados.

A seguir, citam-se alguns desses relatos. Nesse caso, o entrevistado fala sobre alguns cuidados e atenção por parte da população local, que percebeu, ao voltar à Barra, pela segunda vez, em suas férias de verão.

A questão dirigida ao entrevistado em questão, um gaúcho de 20 anos, tratava do que teria lhe chamado a atenção no local: ele afirmou que buscou observar as diferenças, como, por exemplo, o fato de que haviam colocado um pequeno trapiche na frente da casa em que estavam e também pessoas que antes eram vistas, mas não eram contatadas; nessa segunda visita, houve uma aproximação. Ele também comentou que sua anfitriã, a mesma da primeira vez que esteve na Barra, “[...] arrumou a televisão pra gente, ano passado a gente não tinha, não pela gente, mas, pela mãe do meu amigo que vem e outra amiga nossa que gosta de novela e essa coisa [...]”.

⁵⁰ Sobre o *slogan* “ilha da magia”, sua origem e significados, ver Cecca (1997).

Há um consenso, em geral, na literatura e em observações de campo, que o encontro entre turistas e hospedeiros envolve diferentes tipos de conflitos, muitos deles não explicitados e que apresentam caráter simbólico. Um desses aspectos, no caso da ilha, é sobre o “sentir-se observado(a)”. O limite entre observados e observadores nas relações turísticas é bastante tênue. Turistas costumam ser observados, mas também a população local. Nosso entrevistado também nos conta que ficou prestando atenção numa conversa entre pessoas do local, quando estava numa sorveteria: “[...] estavam por ali, e falando não sei se é um clube ou uma associação deles, entre casais, então eles falando do casal tal que era presidente, que não era, que votava, que não votava, eu não entendi muito bem, mas enfim eles tavam fofocando de qualquer maneira (risos)...e nós ali (risos) só gravando [...]”.

E, a seguir, acrescenta comparações entre os lugares:

[...] eu não sei se é por esse clima que mescla essa coisa turística, interiorana, rural, pode-se dizer, as pessoas se apegam muito a essa coisa de cuidar da vida dos outros, isso lá na minha cidade, apesar de ser próximo da região metropolitana tem uma cultura muito de interior assim, que lá também tem muito disso, de falar da vida dos outros, cuidar da vida dos outros e aqui tem também disso [...], mas, enfim, a gente notou que eles gostam muito de falar dos outros, inclusive nossos anfitriões [lá é tudo em família, fala o amigo], é lá é tudo em família, então a coisa da família como tá muito próximo, tá muito ligado de certa maneira tu acaba somando o problema dos outros aos teus então, tu acaba te importando, de uma maneira ou outra e aqui tem muito disso, como é pequeno e todo mundo quase se conhece, eu acho, quem é nativo, o outro sempre é teu enfoque assim, teu objeto, sei lá, tem muito disso aqui, entre os nativos né.

Schmeil (1994), ao entrevistar turistas argentinos, relata casos em que o turista se refere à população local como sendo conservadora, um dos exemplos trata de um turista que teria achado estranho que os moradores costumam observar os vizinhos. Sobre isso, afirma a autora: “A maior parte dos informantes reconhecem uma espécie de conservadorismo e isolamento por parte da população nativa”. Um de seus informantes, de Buenos Aires, afirmou que os nativos (da Barra da Lagoa) são uma população muito tradicional, de mentalidade provinciana, pois não saem do lugar, não conhecem nada. Embora, comparando com os turistas pesquisados em Canasvieiras, Schmeil afirma que aqueles que estavam na

Barra da Lagoa se encontravam mais próximos da comunidade local, tendo uma imagem menos estereotipada e ideal da cidade, reconhecendo seus aspectos positivos e negativos.

No caso de nosso entrevistado, não aparece explicitamente qual é o “objeto” das fofocas, então, perguntei se ele achava que as pessoas do lugar costumam fazer fofocas dos turistas. A resposta é um pouco ambígua: “[...] eu acho que não porque não dá tempo, de repente tem gente que chega aqui, fica uma semana e vai embora, mas... fazem também, um pouco fazem”. Sentir-se-ia ele um objeto de observação? Responde-me que não:

[...] eles não se preocupam com a gente porque desde o ano passado, era tranqüilo né, não fazíamos bagunça, este tipo de coisa então, tem uma certa tranqüilidade com a gente, convivem assim e não se preocupam, mas por exemplo a [...] que seria a nossa locatária, ela tem relatado pra gente o caso dos inquilinos que ela teve aí, faz pouco tempo, uns paraguaios que fizeram muita bagunça e era muita festa e trocavam o dia pela noite e faziam festa de noite e ninguém dormia, era muito barulho, então isso negativamente marcou sabe, não sei se positivamente a gente marca ou não, mas negativamente a gente não marca, mas eles observam, mas não ficam em cima, uma coisa obsessiva assim, mas é bem interessante, tantas pessoas já vieram, por exemplo assim, como a gente tem que atravessar de barco, a gente não tem um *know-how* que eles têm pra atravessar, às vezes tem correnteza forte, então às vezes a gente tá atravessando e eles já tão analisando e qualquer coisa já vão e dão ajuda pra nós de barco, dão um *help*, bem legal! Então nesse sentido eles observam, também perguntam o que a gente tá precisando se tá precisando de alguma coisa, tem uma certa preocupação pra’lgumas coisas e outras não (grifos nossos).

A questão da “desordem”, de diversos tipos, provocadas por jovens, aparece em alguns relatos de moradores, em distintas praias da ilha, em período de alta temporada. Trata-se de comportamentos considerados inoportunos pelos locais. O fato de os moradores, ao alugarem suas casas, habitarem no mesmo espaço físico, muito próximo aos seus hóspedes, possivelmente favorece conflitos dessa natureza. Não cabe aqui entrar em detalhes sobre esse ponto, mas, a título de exemplificação, segundo um dos donos de pousada entrevistados por Márcia (entrevista na qual participei), houve um caso na Barra, em que argentinos chamaram a atenção dos moradores, ao ficarem desnudos numa casa. Eles acabaram sendo repreendidos, “apanhando” de pessoas locais. Conforme as impressões desse mesmo entrevistado, a Barra é uma praia onde “[...] os valores sociais são mais fortes”, pois é um local que preserva sua identidade “cultural, familiar, social”, sendo a maior colônia de pescadores da ilha.

Embora essa aproximação física coexista entre turistas e locais, ela não é necessariamente desejosa pelos turistas. Muitos comentam que o contato com a população local, quando há, refere-se particularmente aos donos de casa ou pousadas em que se hospedam e às pessoas que trabalham em restaurantes e lancherias que freqüentam. Poucos alegam procurar uma aproximação espontânea.

Em geral, os entrevistados demonstram que não buscam interações sociais, nem com a população local e nem com outros turistas. Na literatura, podemos encontrar esse aspecto, embora, entre as motivações dos turistas, em diferentes tipos de estudos, apareça a concepção comum de que viajar a turismo é poder conhecer novas pessoas. Entre nossos entrevistados, quando há relatos de contatos feitos pelos turistas, esses costumam ser mais casuais.

O entrevistado anterior (jovem gaúcho) relata alguns encontros casuais na praia:

[...] ontem à noite estávamos aqui na praia, enfim, bebendo, conversando, ouvindo música e daí o pessoal tava todo sentado em grupinhos, mas dizer assim, na areia e tal e de repente tinha duas moças e a gente pensou em conversar e lá pelas tantas uma tava precisando de fogo e daí começamos a conversar, daí ficamos sabendo que elas eram chilenas e elas falando do Chile e nós falando do Brasil, de mil e uma questões diferentes, então a partir daí já se criou uma amizade relâmpago porque logo elas já saíram, a gente saiu dali, mas ao mesmo tempo cada um foi prum lado, só trocamos uma informação e outra e talvez hoje a gente possa encontrá-las de novo.

Pedi mais detalhes sobre esses encontros na praia, à noite, e o que parecia, de certa forma, um espaço mais aberto, pelo seu relato, apresenta também suas ambigüidades, conforme seus comentários:

[...] cada um faz o que tá a fim [diz o amigo]; ninguém é de ninguém, mas são grupinhos de certa forma fechados..., o nosso era pequeno, era só eu e ele e elas duas, mas têm grupos de estrangeiros, elas tavam entre duas, mas tinha outros grupos maiores, enfim de fora, tinha argentino, mas um tanto quanto fechados neles mesmos [os argentinos não costumam ser bem vistos, o que aparece no depoimento de outros entrevistados], mas de qualquer maneira se consegue às vezes conhecer gente diferente, gente daqui, gente de São Paulo, também tem muito, mas a coisa se dá assim, sem motivos aparentes assim, tu vê a pessoa, de repente quer conversar com alguém e vai se descobrindo, se encontrando.

Outra entrevistada, uma jovem norte-americana, comenta, ao ser perguntada sobre a intenção de conhecer pessoas, que “[...] gostaria, mas onde vivemos é muito difícil poder

aprender o português e, por isso, é difícil poder conhecer as pessoas, pois não falamos o idioma”; “É muito mais fácil aprender o espanhol” complementa seu colega norte-americano.

Eu disse que a população local está acostumada com o espanhol e, caso pudessem conhecer outras pessoas, que tipo de pessoas seriam? “Pessoas boas! ... não outras pessoas dos Estados Unidos”, afirmou.

No caso de uma senhora argentina que viajava com sua irmã, as duas afirmaram estarem compartilhando suas férias, sem maiores contatos com outras pessoas. Ao ser perguntada se estava conhecendo outros turistas, ou pessoas do local, ela me respondeu que não, pois, simplesmente, “[...] não havia acontecido”. Contudo ela acrescenta, de forma descontrainda, um desejo não tão explícito: “[...] ficaria encantada em conhecer um namorado [*novio*] brasileiro [risos], mas não,... talvez seria muito difícil para entender-me [risos]”.

Voltei posteriormente, durante nossa conversa, a insistir na questão sobre os contatos pessoais, ao que ela tornou a comentar sobre as dificuldades com a língua e que preferiam falar com argentinos ou uruguaios, por exemplo, já que falam o mesmo idioma, além disso, ela disse ter muita dificuldade de entender o português. Contudo comenta sobre os encantos do lugar: “[...] é pequeno mas muito lindo, muito tranquilo, parece-me muito seguro também, não sei, ao menos o que vemos porque deixam todas as portas abertas, deixam tudo, distinto que em Buenos Aires que não se pode um segundo deixar aberto, que tiram tudo”.

A população local também é elogiada: “[...] em todo o lugar que vamos são cordiais, as coisas estão no mesmo preço que em nosso país, a roupa, tudo isso, não há diferença, mas o que há de diferença é a atenção que tem para os turistas, não sei se na Argentina temos esta atenção para com os turistas”.

Outro de nossos entrevistados, natural de Mato Grosso, relata interagir, basicamente, com a família do dono da pousada onde se hospeda (já os conhecia e, por isso, ficou no local). Justifica que sai pouco e que são poucos dias na Barra, mas alega que é do seu estilo

conversar com todo o tipo de pessoas: “[...] eu converso com o pessoal do lixo, desde o papa, o nosso santo, até com mendigo, eu não tenho essas dificuldades, contanto que a pessoa deixe e se abra um pouco, eu também respeito a maneira de ser do próximo”.

Os turistas, em alguns casos como esse, afirmam que são comunicativos, gostam de conversar com as pessoas, mas, na prática, não demonstram grande interesse em conhecer o “outro”. O tempo de permanência no local é uma das justificativas recorrentes, ou, conforme já citado, as dificuldades com a língua, no caso de estrangeiros.

Há algumas exceções, como um jovem paulistano que afirma gostar de conhecer pessoas quando viaja, solicitei, então, que me contasse como estava sendo seus novos contatos na Barra da Lagoa. Ele me disse que todos os dias está na praia e sempre conhece alguém diferente. Pedi, então, um relato mais específico:

[...] é na praia, ou às vezes no centrinho, quase todas as noites eu vou ali pro centrinho da Barra, centrinho da Lagoa ou da Barra e sempre a gente conhece gente nova ou faz amizade... é aqui também na praia, sempre tem alguém. [...] na Mole, que eu conheci bastante gente, que vou muito lá, geralmente as pessoas, os turistas chegavam e os que tavam sozinhos, na maioria e pediam pra dar uma olhadinha nas coisas deles, pra eles tomarem um banho, quando ele voltava a gente já sentava e conversava, tomava uma cerveja, ou às vezes no centrinho, às vezes tem alguém sozinho sentado, se vai senta, tenta puxar um papo e acaba rolando isso aí.

Um outro turista entrevistado deixou explícita sua opção em buscar conhecer pessoas. Este argentino, de 40 anos, esteve hospedado na Barra da Lagoa, mas, quando o encontrei, estava na praia da Galheta e tinha “se mudado” para um hotel no centro da cidade, sendo sua segunda visita à capital catarinense. Ele afirma que tem as suas particularidades como turista, pois procura sempre lugares que tenham opções para homossexuais, de preferência uma praia, com a cidade por perto. Florianópolis é considerada, por ele, como uma cidade que tem “roteiros *gays*”, daí sua escolha pela ilha⁵¹. Seu objetivo é buscar pessoas, de preferência para

⁵¹ Ao se verificar, na *internet*, *sites* sobre os chamados “roteiros *gays*”, foi localizado um *site* especializado em dicas turísticas para o público homossexual no Brasil, incluindo indicações gerais sobre turismo. São indicados bares, boates, cafés, videolocadoras, restaurantes, saunas, assim como pontos de encontro em geral. Florianópolis aparece no roteiro, com a indicação de lugares do tipo citado acima, e, no caso de hospedagem, aparece a indicação de três pousadas, uma na Lagoa da Conceição, outras duas na praia do Campeche. Ver: <http://www.guiabrasil.com.br>

namorar ou para simples companhia, e, se não for possível, pode ser apenas para uma distração sexual. Não se considera uma pessoa muito aberta, mas conta que busca contatos, em especial, com brasileiros, turistas ou não.

A questão dos encontros amorosos no turismo é um tema à parte, pois costuma ser associado ao chamado “turismo sexual”. Na mídia brasileira, o tema tem sido foco de várias reportagens nos últimos anos, em especial, no período da “alta temporada” (verão), onde o fluxo de turistas estrangeiros no País é maior. Nesse sentido, o turismo sexual costuma ser associado ao turismo internacional. A Antropóloga Adriana Piscitelli⁵² pesquisou a Cidade de Fortaleza, a fim de entender as relações entre jovens brasileiras e turistas estrangeiros. Pesquisas demonstram que o nordeste do Brasil é um dos principais destinos do turismo sexual no mundo, sendo que, na América do Sul, ele é detectado, particularmente, a partir dos anos 90 (Stachuk, 2005).

Para Piscitelli, o tema tem sido tratado de forma simplista e estigmatizada, pois turismo sexual não pode ser visto como sinônimo de prostituição, pois as relações envolvidas, segundo pesquisa da autora, incluem aspectos românticos e sentimentais⁵³.

No contato dos turistas com outros turistas, também aparecem alguns tipos de preconceitos que são reforçados. Temos o caso de uma jovem turista de São Paulo, capital, que deixou explícito uma forma de rechaço aos turistas argentinos.

Essa jovem comentou ser mais fácil fazer amizade com o pessoal da Barra do que “[...] com o pessoal da outra praia que eu fiquei ano passado, então, assim, já me sinto em casa, aqui”. Ela afirma que busca conhecer pessoas, mas também nos indica que esse conhecimento se trava de forma casual: “[...] não saio assim, mas se a pessoa senta assim, a gente já começa a conversar, se eu vejo que a pessoa também quer conversar eu

⁵² Entrevista com Piscitelli pode ser encontrada em Stachuk (2005). Também sobre as pesquisas de Piscitelli, ver o *site*: www.vibrant.org.br (Virtual Brazilian Anthropology).

⁵³ Ainda sobre o tema do turismo sexual no Brasil, sobre o uso da *internet* por turistas à procura de sexo, confira no site: http://www.reacao.com.br/programa_sbpc57ra/sbpccontrole/textos/adrianapiscitelli.htm

também busco fazer amizade”. As pessoas do local, às quais se refere conhecer, é o “[...] pessoal da lanchonete, o pessoal do quiosque, o pessoal que vem aqui à noite, tudo, já tô conhecendo”. Entretanto, ao ser perguntada se procurava conhecer outros turistas, enfaticamente me respondeu: “Ah, com...os gringo não!” E depois acrescenta:

[...] a não ser que eles também aparentem querer conhecer a gente e fale a nossa língua porque eles tão aqui eu acho que eles têm que falar a nossa língua aqui, não, não tentar que a gente fale a língua deles, por isso que eu não gosto de conhecer [...]. Porque eles vêm conversar com a gente como se nós tivéssemos obrigação de falar a língua deles, não mas eles que tão aqui eles que têm que falar a minha língua, então é um dos motivos...

As representações dos turistas incluem diversos aspectos tanto em relação à população local quanto a outros turistas, como em relação à cidade ou lugar em que estão. Essas representações são resultado de um processo que podemos chamar de “encontros turísticos”, no sentido da literatura já anteriormente comentada. Nesse sentido, não se parte daquilo que o turista deve encontrar, ou fazer, mas das dinâmicas concretizadas pelas práticas turísticas que implicam encontros de variados tipos. Vamos, em seguida, discorrer sobre alguns aspectos que fazem parte desses encontros.

4.2 Encontrando a Barra da Lagoa

Buscando demarcar aspectos que trazem significado às práticas turísticas, considerando-se a particularidade do lugar em questão, selecionamos alguns elementos desses encontros, em função das perguntas utilizadas nas entrevistas e também a partir de recorrências que apareciam na fala dos entrevistados, não explícitas nas perguntas. A partir disso, foram sendo configuradas questões que possibilitam o entendimento da figura do turista, e do tipo de turista que visita Florianópolis e a Barra da Lagoa, assim como o entendimento de alguns aspectos referentes à Barra da Lagoa como local turístico. Nessa

descrição, começamos com a identificação da forma pela qual o turista escolhe estar num lugar, ao invés de outro, ou como chega a esse lugar.



Figura 1: Centrinho da Barra da Lagoa: Terminal de Ônibus (temporada de verão, janeiro de 2003).

FONTE: Documento fotográfico da autora.

O primeiro turista entrevistado foi uma holandesa que estava hospedada na Barra com seu marido. Esse casal conta que, na primeira vez que chegaram ao local, foi por casualidade. Estavam no Uruguai, tinham um livro-guia (costumam usar o Lonely Planet⁵⁴) e resolveram vir ao Brasil. Ao localizarem Florianópolis, pegaram um ônibus e foram conhecer a Cidade, então vieram até a Barra da Lagoa: “[...] chegamos aqui, vimos e sim, é legal!” Em geral, eles não costumam fazer roteiros, mas vão conhecendo os lugares, ao acaso.

Um outro entrevistado, um dinamarquês, foi parar na Barra por indicação. Ele estava viajando vindo de Buenos Aires, Uruguai, Rio Grande, Porto Alegre e Garopaba, onde, segundo ele, “[...] muita gente disse para vir a Florianópolis, que é bonito”. Mas o que lhe fez parar na Barra da Lagoa foi a consulta à guias de viagem, como o Lonely Planet.

Outra turista (Porto Alegre, 52 anos) comentou que já visitou a Barra da Lagoa várias vezes: “[...] faz 10 anos que a gente veraneia aqui na ilha ou próximo à ilha, e a gente sempre vinha a passeio na Barra, mas desta vez resolvi passar a temporada aqui”.

A decisão de parar na Barra não seguiu, neste caso, uma indicação prévia:

[...] com exceção de uma ou duas vezes, nós sempre colocamos as coisas no carro e viemos, mais ou menos a gente tem um roteiro se não achar naquela, vai na próxima, e quando estava vindo eu estava pra ficar em Cachoeira do Bom Jesus e aqui, a gente gosta muito de Canasvieiras também, aí a minha filha resolveu — Barra; então vamos pra Barra, e, assim, que a gente veio [...]

Essa gaúcha também nos conta que, já na segunda tentativa, foi alugada uma casa. Ela justificou a rapidez de sua escolha, demonstrando sua insegurança ao chegar “sozinha”, dirigindo, pois antes costumava viajar com o marido: “[...] faz dois anos que perdi meu marido, então a gente sempre vinha, como é que eu vou te dizer, eu tinha mais segurança em chegar, a gente procurava mais um pouco[...]”.

Um outro entrevistado (gaúcho, 20 anos) afirma estar pela segunda vez hospedado na Barra. Na primeira vez, veio por influência do amigo que já havia ficado na praia, então,

⁵⁴ O Lonely Planet é um conhecido guia de viagens. Pode ser acessado pelo endereço eletrônico:

ao chegarem à rodoviária, no ponto de informações, com auxílio de alguns mapas, optaram pela Barra. Segundo observou, a opção pelo lugar não ficou clara para ele num primeiro momento, mas depois, estando lá, pôde destacar vários motivos para passar uma temporada no local. Sendo o segundo ano consecutivo de estadia na Barra, nosso entrevistado já tinha uma referência ao chegar no lugar. Comentando sobre a primeira vez que chegaram na Barra, local que se tornou a referência para voltarem, conta-nos esse jovem que, depois de algumas interpelações, alguém lhes ofereceu uma casa por preço mais acessível, mas o que mais lhes chamou a atenção foi o fato da casa ser do outro lado do canal. Entretanto, o que os fez voltar, pela segunda vez, foi a acolhida “familiar”. Perguntado sobre a abordagem local no oferecimento de hospedagem (aspecto observado nas visitas à praia e investigado por Márcia em sua pesquisa), alega esse jovem gaúcho que isso não o incomoda, pois “[...] dá um certo conforto, não precisa te estressar procurando, eles já tem um espírito de empreendimento turístico, eles dariam bons hoteleiros, talvez; um pouquinho de teoria talvez; mas eles são bem receptivos aqui o pessoal, pelo menos aqui na Barra (grifos nossos)”.

Uma outra turista encontrada estava com um grupo formado por um norte-americano, uma norte-americana, uma uruguaia e duas moças de Brasília. A norte-americana, que falava espanhol, foi a entrevistada principal. Ela nasceu numa ilha “muito pequena e turística”, pertencente aos Estados Unidos. É um grupo jovem, de 23 a 28 anos. Eles se conheceram no meio de uma viagem (num albergue em Florianópolis) e estavam juntos na Barra da Lagoa.

É comum encontrarmos em diferentes relatos de turistas de outros países, de acordo com a literatura, que grandes viagens (para lugares mais longínquos) feitas por jovens preenchem um espaço em especial, onde algo em suas vidas finalizou, para um novo estágio

de vida começar, ou antes de entrarem na universidade (como é costume entre israelenses, conforme depoimentos de alguns que encontrei), ou após se graduarem.

No caso dessa norte-americana, ela havia se graduado e estava a viajar. Veio ao Brasil para assistir ao Fórum Social Mundial. Sua situação, segundo ela própria, não era exatamente de férias, pois veio buscar, no Fórum, informações para a estruturação de uma rede entre organizações, tendo, antes, passado por Buenos Aires. Nesse contexto, parar na Barra da Lagoa não foi algo planejado, mas uma espécie de “acidente”, como que “por sorte”, disse ela. Depois de terem todos se conhecido no albergue, a idéia de ir à Barra partiu das meninas de Brasília, pois uma delas já conhecia o lugar e fez a sugestão.

A norte-americana entrevistada e seu colega norte-americano têm um perfil mais politizado (ela é graduada em economia política), pois trabalham como voluntários onde vivem, numa organização de mídia independente que oferece à comunidade uma biblioteca coletiva, espaço para outras organizações, *internet* para o público e não tem fins lucrativos. Ela pretendia ainda, no Brasil, visitar Curitiba e São Paulo, e ele tinha um contato com uma pessoa que estava escrevendo sobre o Movimento dos Sem-Terra, pretendendo visitar um acampamento, mas não sabia ainda em que parte do Brasil.

A uruguaia, que fazia parte desse grupo, comentou achar o aluguel na Barra mais acessível (estavam alugando uma casa). Uma das garotas, brasileira, comentou ter-se tornado mais próxima da uruguaia, a qual tinha conhecido há duas semanas, e faziam quatro dias que ambas tinham conhecido a norte-americana e o norte-americano, que, embora ambos viessem dos Estados Unidos, estavam no mesmo grupo por acaso. A uruguaia também já conhecia a Barra. Para a brasileira, voltar a essa praia era, em parte, uma questão de praticidade, por ser mais perto do centro da cidade do que outras praias.

Outra entrevistada, uma argentina, de Buenos Aires, 52 anos, estava hospedada com sua irmã mais velha. O irmão já estava com a família na Barra da Lagoa, quando chegaram.

Assim, vieram ficar uns dias com ele, que costuma passar temporadas no local, há bastante tempo. Naquele momento que as encontrei, o irmão já tinha voltado à Argentina, com a família. Elas conheciam a praia, mas nunca tinham se hospedado no local: “[...] já visitamos outros lados, Cachoeira, Canasvieiras, Ingleses, mas fazia muitos anos que eu não vinha, mas agora cresceu, bárbaro!” A entrevistada demonstra, em diferentes momentos, seu encantamento pelo lugar, levando em conta o acolhimento da população local.

Ao comentar sobre a chegada em Florianópolis (sendo que vieram de ônibus, mas em datas distintas, cada uma), chamou-lhe a atenção, o que segue:

[...] o que notamos aqui é a atenção que têm com os visitantes, são muito cordiais [...], são amáveis em todos os sentidos, isso é o que eu gosto neste país, o problema aqui é que não há muito ônibus para recorrer as distintas praias porque queríamos ir a Canasvieiras e teríamos que ir ao centro e do centro a Canasvieiras, e não podemos fazê-lo, daqui para Joaquina não podemos ir, temos que ir ao centro, este é o único inconveniente, não há conexão para as praias [...], há umas rotas excepcionais, porque tem a nível de caminhos, edifícios, em tudo! Na verdade, para mim, é o melhor que há! A lástima é que são 24 horas para vir.

O médico matogrossense, 50 anos, hospedado numa pousada, pela segunda vez na Barra e terceira vez em Florianópolis, afirma que a escolha do local está associada ao conhecimento dos donos da pousada:

[...] tinha o pessoal de Mato Grosso, então a gente se sente mais à vontade, até mais seguro, não questões de agressão, mas porque estou em casa assim, a Marilene, o João, a Maria, me sinto mais em casa [...] eu escolhi aqui, apesar de ter morado no Rio de Janeiro porque aqui achei mais aconchegante, gostoso, uma história até, queira ou não de várias coisas que me interessa, segurança, a questão do pessoal também, apesar de que eu morei 11 anos no Rio (grifos nossos).

Para uma turista do interior do Rio Grande do Sul, 59 anos, ter escolhido a Barra da Lagoa significou escolher uma praia “mais calma”. Estar nessa condição, viajando, de férias, implica poder descansar e estar na companhia da família, porque, justifica, durante o ano, todo mundo tem as suas atividades, então, nas férias é que ficam realmente todos juntos num contexto só. Pelo segundo ano na Barra e em Florianópolis, o motivo principal é estar com a família, mas, na primeira vez, pararam no local, em função de a filha estar fazendo Mestrado na ilha: “[...] em função disso a gente veio a primeira vez e a gente gostou, voltou...”.

No caso de duas jovens argentinas que viajavam por vários lugares, incluindo o Uruguai e o interior do Rio Grande do Sul, contam que, quando estavam em Porto Alegre, se encontraram com dois rapazes argentinos, que vivem em Porto Alegre há muito tempo, e eles comentaram sobre Florianópolis, que a Barra da Lagoa era muito bonita, que estavam indo para Florianópolis, e, então, elas resolveram conhecer a ilha e acabaram parando na Barra.

Outro de nossos entrevistados, 25 anos, paulista, chegou na Barra através de uma amiga que mora no local e o convidou para uma visita, reservando uma pousada para ele.

Uma outra turista, do Rio de Janeiro, 49 anos, inspirou-se em viajar a Florianópolis para encontrar o que diziam ser a “sua cara”: “[...] queria conhecer as famosas praias de Florianópolis, Florianópolis é uma cidade que, sempre, as pessoas me diziam que era a minha cara que eu ia querer vim pra cá pra morar, aí eu vim conhecer, que cara é essa que eu tenho (risos), acho que tem minha cara mesmo, só tô achando difícil o transporte [...]”.

Essa carioca alega que escolhe seus locais de viagem, tendo por prioridade a natureza e a cultura.

O argentino, 33 anos, tendo o objetivo de aprender surfe, conta como veio parar na Barra da Lagoa:

[...] porque na Argentina se conhece que em Florianópolis é um dos lugares que faz surfe e se ensina, assim que, em meu caso, antes de ir, a um lugar na Argentina, por exemplo, Mar del Plata, que se faz surfe, ou vir ao Brasil, prefiro vir ao Brasil, então optei por vir para cá, é conhecido, Florianópolis porque muitos argentinos vêm e, se conhece o surfe aqui também [...], também por *internet* também averigüei e não sabia desse lugar, eu achava que só havia a Joaquina, mas este lugar é lindo e, assim, que estou aqui agora.

Quando perguntei por que não aprender surfe em Mar del Plata, ele explica: “[...] porque o Brasil é mais lindo que Mar del Plata, ou seja, a água é mais quente, a praia, a comida, as pessoas é como que, creio que em 90% da Argentina prefere vir a Florianópolis e não a Mar del Plata”. Conforme já havia sido citado, Martins (1995) referiu-se ao surfe como um esporte que passou a ser difundido na ilha, estrategicamente, como parte da

identidade florianopolitana. Talvez nosso turista tenha sofrido, de alguma forma, influência desse processo.

Martins (ibid.) relata que o surfe passou a fazer parte da estratégia de *marketing* para promoção do turismo na ilha, e, em sua pesquisa na praia do Santinho, ele resgata um pouco da história da inserção desse esporte em Florianópolis, a partir dos anos 70, que, segundo um de seus informantes, era praticado na Joaquina e na Barra da Lagoa.

Outro de nossos turistas, um israelense, de 21 anos, conta estar viajando pela América Latina e, uma vez estando no Brasil, em Foz do Iguaçu, encontrou alguns brasileiros que lhe recomendaram conhecer Florianópolis, a Barra da Lagoa, e depois a Ilha do Mel-PR. Ele também explica que há muitas pessoas de Israel viajando pela América do Sul, e que acabam se encontrando e trocando informações.

Segundo Deforges (2000), para muitos (no caso das entrevistas que o autor relata), a decisão de começar a viajar está ligada a momentos de suas vidas onde o *self-identity* (auto-identidade) está aberto para questionamentos, instantes em que, através da viagem, o *self* é reimaginado. Deforges, em referência a Giddens (2002), comenta que esses são momentos de ansiedade e oportunidade (*fateful moments*), ou seja, pontos de transição na vida das pessoas, onde a reflexividade cresce porque decisões têm que ser tomadas, que irão repercutir no *self-identity* por um bom período de tempo. Esses momentos variam, segundo o autor, em exemplos como quando as pessoas deixam a universidade, o trabalho, começam um novo emprego, encontram um novo parceiro, estão na crise de meia-idade, etc. Poderíamos dizer que são momentos de finalização de etapas de vida e, portanto, início de outros processos, como no caso do jovem israelense que relatou que, no período anterior a entrarem para a universidade, depois que saem do serviço militar obrigatório para homens e mulheres, os jovens saem a viajar, nesse caso, pela América Latina⁵⁵.

⁵⁵ Esses momentos de encerramento de etapas de vida e associação com viagens também podem ser encontrados em contos, como o descrito por Willy Russel, que foi encenado e representado no cinema, intitulado Shirley

Não são apenas momentos de ruptura que podem repercutir na auto-identidade do turista. Em certos casos, as viagens turísticas podem reforçar a auto-identidade que não se expressa livremente no local de origem. Temos o caso de um turista que aproveita as possibilidades trazidas pela condição de turista, para reforçar seu padrão de comportamento que, em situação cotidiana, sente dificuldades de expressar, em razão de preconceitos e coação. O turista em questão é um argentino (já citado), que comenta que sua cidade de origem é pequena e interiorana, assim que, através das viagens, se sente mais livre para os encontros afetivos. Logo ao me aproximar para entrevistá-lo, ele declarou-se homossexual e afirmou que, nessa condição, há particularidades em ser turista. Ele conta que, ao escolher um local, prefere sempre viajar para lugares que tenham opções para *gays*, como bares, boates, saunas e alega que Florianópolis tem disso. Além do quê, busca sempre uma praia com uma cidade perto, e Florianópolis preenche esses quesitos (sua hospedagem na Barra não implica que a praia seja um local com atrativos desejados pelos homossexuais, mas que fica numa cidade, no caso Florianópolis, onde há esses atrativos).

Percebemos que, em geral, os turistas entrevistados foram conhecer a Barra da Lagoa ou revê-la, de forma não planejada, mas casual, através de encontros fortuitos com pessoas e situações.

4.2.1 O que os turistas encontram na Barra da Lagoa

O que os turistas encontram na Barra da Lagoa implica um conjunto de fatores que envolvem não apenas a paisagem local, a infra-estrutura, ou que se chama “cultura local”, questão controversa nos debates contemporâneos sobre turismo, pois alguns estudiosos

Valentine (Direção de Lewis Gilbert, EUA/Inglaterra, 1989). Na história, a personagem central decide romper com sua rotina de dona-de-casa submissa ao marido, viajando para a Grécia, e, lá, abre-se a novas experiências pessoais.

afirmam que as culturas, cada vez mais, são permeadas por influências diversas, resultantes dos fluxos globais, sendo difícil, por esse ponto de vista, identificar o que é local, no sentido de uma “autenticidade”, ou “pureza”. Contudo também não podemos afirmar que traços genuinamente específicos de uma certa cultura, territorialmente localizada, desapareçam frente a essa dinâmica global.

No caso de Florianópolis, o processo de modernização da ilha trouxe à tona o chamado “jeito manezinho de ser”, expressão citada por Lisboa (1997) para se referir à população do interior de Santa Catarina. Se o chamado “manezinho da ilha” era um termo usado de forma pejorativa, mais recentemente, a expressão deixou de ser usada nesses termos e passou a expressar uma conotação “positiva da identidade local”, segundo Lisboa. Por outro lado, essa identidade também é apropriada pela dinâmica do turismo (ibid.), poderia-se dizer, como atrativo turístico⁵⁶.

Entretanto, quando se relata o que os turistas encontram na Barra da Lagoa, não se está predeterminando quais são os elementos que podem ser encontrados e se, de fato, o são, mas o que os turistas alegam encontrar ou acreditam encontrar.

Percebe-se que afirmam encontrar aquilo que está mais ligado às suas motivações de viagem⁵⁷. Perguntados sobre suas motivações para viajar, em geral as respostas se referem a situações como afastamento do ambiente de trabalho, descontração e relaxamento.

Ao perguntar à holandesa o que esperam, quando saem a viajar, respondeu-me: “[...] que as pessoas sejam boas, que faça sol, que seja tranquilo...boa comida e cultura”. Ao que perguntei: “E o que estão esperando encontrar na Barra? “Praias legais, pessoas legais e amigáveis”.

⁵⁶ Lisboa (ibid.) cita o caso da “renda de bilro”, tradição artesanal, que passa a ser reavivada, enquanto objeto típico para os turistas.

⁵⁷ Sobre motivações para o turismo a partir da Psicologia, ver: Tourism psychology and motivation (McIntosh, 1997) e A motivação e o turista (Ross, 2001).

Ela me contou que estava escrevendo um livro e afirmou: “[...] aqui é melhor porque é mais tranqüilo e também é melhor para a inspiração”. Indaguei o que teria, de especial, nessa viagem. Respondeu-me que a Barra se tornava especial porque, quando terminasse a viagem, terminaria o livro.

Os relatos sobre as motivações dos turistas em relação à escolha da Barra da Lagoa, ou suas percepções sobre o lugar, giram em torno, principalmente, de aspectos como: aconchego, tranqüilidade, beleza das paisagens, proximidade com a natureza. Uma de nossas entrevistadas (52 anos, Porto Alegre) me disse: “[...] a praia é aconchegante, é gostosa, tem bastante ecologia, se atravessa a ponte e passa no meio do mato, então, isso dá uma atração maior né e a tranqüilidade também”. Ela costumava passear na Barra, quando se hospedava em outras praias, até decidir passar uma temporada no local. Comentou que, geralmente costuma sair sem um local previamente determinado para ficar e, nesse caso, a escolha da Barra foi por sugestão de sua filha (posteriormente, voltaremos a essa entrevistada, a única que alegou não querer voltar a se hospedar na Barra).

O entrevistado, gaúcho, de 20 anos, destacou a questão do ambiente familiar encontrado no local:

[...] tinha toda a coisa que era do outro lado do canal, então tinha todo um *glamour*, aquela coisa de atravessar de barquinho de um lado pro outro, a daí vamo ficar por aí mesmo, então foi aí que a gente escolheu, então a partir daí *como é tudo familiar* né, vamos dizer assim imobiliária deles, porque todo mundo é familiar, moram próximo, então vamos dizer assim, *eles te acolhem como se fosse parte da família*, vamos dizer assim, então deram o telefone pra nós, se a gente quisesse voltar ali, então como a gente voltou a gente escolheu ali de novo, então ficamos com eles (grifos nossos).

Uma portenha entrevistada, 52 anos, acompanhada por sua irmã, comentou que seu irmão é uma referência por freqüentar o local durante várias temporadas. Ela justificou sua estadia na Barra: “[...] eu gostei porque é uma praia mais tranqüila, não havia tanta loucura de gente, viemos descansar porque trabalhamos muito na Argentina, muitas horas, então necessitamos paz e é o que temos aqui”. As duas irmãs trabalham numa escola.

Ao perguntar sobre seu tempo de permanência, novamente ela reforçou seu encantamento com o local e qualidades que percebeu no lugar:

[...] chegamos 25 de janeiro e regressamos 06 de fevereiro, mas é uma pena brutal porque ficaria mais tempo, porque a vida é barata, a comida é barata, mas cada um tem suas obrigações e tem que voltar, lamentavelmente, mas é muito lindo, a verdade é que tudo é muito acolhedor aqui!

O matogrossense, médico, 50 anos, alega que “[...] pra mim tá tudo bom, pra mim tá bom né (risos)...a praia é próxima, há facilidade de se deslocar, fazer compras e as pessoas com as quais eu venho batendo papo são agradáveis”.

Viajar, para as amigas argentinas de 21 anos, é aprender muitas coisas, pois são outras situações, outros lugares, outros idiomas, coisas que não se aprende em casa, não se aprende estudando. Também se conhece a solidariedade, afirmou uma delas, comentando: “[...] o tipo solidário muitas vezes o reconheces na viagem quando te dá conta que não tens dinheiro, não tens onde dormir [...]”.

Elas também comentaram que encontraram algo que não esperavam: os preços altos, pois acreditavam que as coisas não eram tão caras no Brasil: “[...] chegamos aqui e pensamos — óhh! Como vamos viver aqui? [...] um mês e meio estivemos viajando pelo Uruguai e não era tão caro! [...] trabalhamos com fogo e, por exemplo, aqui, para trabalhar, não sabemos onde e , meio como que, estamos assim à deriva”.

Segundo relataram, costumam trabalhar por onde passam, para poderem seguir adiante conhecendo novos lugares (no caso, fazem malabarismos com fogos).

Outro turista encontrado, 25 anos, do interior paulista, mora no Japão há cerca de 10 anos. Afirmou estar gostando da Barra, em especial, pela amabilidade das pessoas, pela sua atenção, e complementa, a natureza é linda, o sotaque é lindo.

Na Barra, ele acredita ter encontrado o que procura:

[...] achei, bom, a minha praia [risos] que eu tava com saudade, ã, vários amigos, amigos — pessoas que eu conheci né, alguma ou outra aventurezinha amorosa [risos]. [...] e encontrar minha amiga [...], quase dois anos que nós não nos víamos

que era assim, era o principal objetivo da viagem era vim vê-la mesmo, eu tava com bastante saudade dela [...]

Já a turista carioca compara que a Barra lhe lembra uma praia do Estado do Rio e afirmou: “[...] todas as pessoas de beira de praia elas são mais abertas, são comunicativas né... [...] tem uma coisa a ver da pessoa que vive perto do mar que tem sempre uma amplidão né, tem uma mente mais aberta, mais comunicativa [...]”.

Por outro lado, essa turista tinha a memória recente de sua experiência em Porto Alegre, por ter participado do Fórum Social Mundial e estava muito empolgada com o que vira. Ela não conseguia evitar de comparar Florianópolis com Porto Alegre e comenta:

Porto Alegre tá muito mais à frente, do que aqui, isso foi..., isso mexeu comigo assim, é muito mais legal Porto Alegre neste sentido, muito mais interessante...aqui é um lugar interessante, visual lindo mas eu sinto que ainda não tem uma organização comum que eu vi lá né, não tem, por exemplo, a reciclagem do lixo, que eu reciclo todo o lixo, na cidade, no Rio, mas é uma atitude individual ainda, Porto Alegre já é uma atitude coletiva, os prédios fazem isso e aqui nem pensar! Me disseram...

Comentando sobre suas impressões da Barra da Lagoa, ela diz: “[...] fui ali pra Mole, a Mole é um outro ambiente, um ambiente mais sofisticado, uma galera mais bem nutrida, mais bonitos, é um outro pessoal ali na Mole né, Praia Mole, aqui já é uma coisa mais popular, já é um ambiente mais popular, já é um ambiente mais popular aqui na Barra né...”

Essa turista também fez questão de comentar sobre o que não encontrou na ilha, nas suas palavras, não encontrou facilidades para se deslocar: “[...] andar eu tenho andado mas assim de percorrer a ilha eu tô com dificuldade, mas vai ficar assim, eu vou recomendar Florianópolis, pra quem vem tem que vir de carro, esse é um dado, vir de ônibus é pra ficar num lugar”.

Para o turista do interior da Argentina, 33 anos, vir ao Brasil, pela primeira vez, é também poder ficar numa pousada, pois, segundo ele, na Argentina, não há pousadas, “[...] então se tem a oportunidade quando se vem ao Brasil de se estar em uma pousada mais perto do mar, eu gosto disso”.

Ele veio com um objetivo principal, bem particular: aprender surfe. Ao ser perguntado sobre o que está encontrando de semelhante com seu local de origem, ele diz:

O que encontrei parecido foi o ambiente familiar,... minha cidade é muito familiar e aqui também é muito familiar, isso é algo em comum e, creio que o mesmo interesse pela política, pela economia, isso em Brasil e Argentina estão vivendo situações parecidas que seguem em desenvolvimento, não somos totalmente desenvolvidos e por aí às vezes, creio que a mediocridade política existe na Argentina um pouco mais, mas os temas das conversas são similares, Lula e Dualde, o que se sente é que são mais ou menos da mesma espécie, como nós dizemos, por aí estes temas se repetem também porque há uma, são dois países ricos, mas sofrem da corrupção, da dívida externa e são países que vão tendo muita afinidade.

Quanto às diferenças, ele acredita que, no Brasil,

[...] as pessoas... são muito práticas, são muito sensíveis e... também, divertidas, digamos, em troca, o argentino é outra origem de país, de origem cultural, às vezes mais complicado, a parte afetiva, o argentino é muito afetivo, eu não sei, mais ou menos o brasileiro, mas o brasileiro é mais simples, mais sensível [...], por isso muitos argentinos gostam de vir para cá, porque as pessoas são sensíveis.

Logo a seguir, ele confessa que é ainda muito cedo para afirmar se há muitas diferenças na afetividade entre brasileiros e argentinos. De qualquer modo, responde que, se não se sente bem em algum lugar, significa que as pessoas são frias: “[...] quando as pessoas não são atentas, isso é o que mais me molesta nas pessoas, quando são egoístas [...]”.

O jovem israelense diz que, ao viajar, procura grandes paisagens, praias e quietude. Diz estar encontrando “pessoas legais” e vários israelenses, inclusive, alguns conhecidos.

Essas são algumas das aproximações iniciais com os encontros dos turistas com a Barra da Lagoa. Especificam-se, a seguir, alguns tipos de encontro, a partir de questões formuladas previamente, e outros aspectos não presentes nas perguntas, mas que apareceram como resultado dessas indagações.

4.2.1.1 Encontros com uma rotina

Os encontros turísticos não significam, necessariamente, não se ter uma rotina, mas se ter uma rotina diferente da habitual, em função de ser marcada por um ambiente social e

ambiental distinto. Nesse sentido, algumas coisas não podem ser feitas no local de origem, por exemplo, os banhos de mar, mas outras não são muito diferentes do que as pessoas costumam fazer e podem fazer em seu local de origem.

Segundo Giddens (2003), “A rotina funda-se na tradição, costume ou hábito [...]. O caráter rotinizado da maior parte da atividade social é algo que tem de ser continuamente ‘trabalhado’ por aqueles que a alimentam em sua conduta no dia-a-dia” (p. 101). O autor baseia-se nas reflexões de Goffman, e, nesse sentido, a rotina não é algo automático, não implica se fazer as coisas sem pensar. Ela está incorporada ao agente como parte de sua personalidade (Giddens, 2003).

A rotina, na prática, é a “rotinização” que implica atividades habituais e formas de conduta familiares. Ao mesmo tempo, conforme Giddens (ibid.), a “rotinização” mantém e é mantida pela “segurança ontológica”. Por esse termo, Giddens refere-se à “[...] confiança em que os mundos natural e social são como parecem ser, incluindo os parâmetros existenciais básicos do *self* e da identidade social” (2003, p. 444).

Para Giddens (2002), o comportamento rotineiro não implica motivações específicas e nem sentimentos específicos, pois, para ele, a motivação deve ser vista “[...] como um ‘estado de sentimentos’ subjacente do indivíduo, envolvendo formas inconscientes de afeto bem como angústias e estímulos mais conscientes” (p. 64).

A rotina também está afastada dos sentimentos, na visão de Elias (1992), embora ele destaque o aspecto mais repressivo da rotina, empregando o termo em relação ao controle social e individual dos sentimentos que ficam subordinados a exigências e expectativas sociais. De qualquer modo, a rotina está presente em todas as sociedades “relativamente bem organizadas” e em todas as esferas da vida (ibid.).

O turismo costuma ser associado a práticas de contraposição à rotina ou vida cotidiana e, desse modo, implica em um conjunto de motivações. Considerando-se que as motivações

implicam sentimentos, segundo Giddens (2002), então, pode-se afirmar que o espaço do turismo possibilita o contato com os sentimentos.

Entretanto, quando se busca identificar o que as pessoas fazem, no dia-a-dia, na condição de turistas, é possível encontramos que aspectos rotineiros também estão presentes, e, em certos casos, as atividades de lazer misturam-se com atividades de trabalho, tendo em vista o tipo de turismo e o lugar em questão.

A turista holandesa, por exemplo, comentou que estar na Barra da Lagoa tem significado — escrever, ler muito, caminhar: uma hora de praia, sol e banho, alguns jogos e muita conversa. Nessa condição, ela alia uma situação de trabalho com o lazer.

Um outro turista, ao descrever um dia de Barra da Lagoa, cita: muitas horas de sono após uma ressaca, muito peixe e caminhadas por trilhas do outro lado do canal, caminhadas pela praia, à noite, sorvete e caipirinhas (“a mais”, acrescenta o amigo que lhe acompanhava). Perguntei sobre o uso da *internet*, ao que afirmaram (ele e o amigo) não terem tido a menor vontade de acessar a rede de computadores. Contudo, ao comentar sobre o assunto, o entrevistado observou que a família hospedeira preocupou-se em melhorar o local na sua volta, em sua segunda vez na Barra da Lagoa. Porém, por outro lado, ele também se referiu às “fofocas”, como prática comum da população local:

Por um lado é bom e por um lado é ruim né, porque de uma forma ou de outra tu acaba se alienando de tudo né [...] esquece tudo que é coisa, até desta vez a nossa anfitriã arrumou a televisão pra gente, ano passado a gente não tinha, não pela gente mas, pela mãe do meu amigo que vem e outra amiga nossa que gosta de novela e essa coisa, aquela prisão, então nem quando vão pra praia se livram daquilo, a cachaça do imaginário é a novela, então por essa e por outras razões a gente tá com televisão este ano, então andamos olhando algum telejornal ontem e tudo mais, mas nada além disso também, a gente fica mais escutando as fofocas assim que rolam, vivem falando da vida dos outros aqui, o pessoal daqui gosta muito disso [...]

Ao perguntar à turista norte-americana, com o que ela e seus amigos gostariam de se ocupar na praia, respondeu: “comer manga” [diz ela]; “muitos pastéis” [diz seu compatriota], “me encantam as frutas!” Indaguei sobre o que mais estaria lhes chamando a atenção, então

relataram ter ido à “[...] praia onde tiram as roupas... [Praia da Galheta] não é possível fazer isso onde vivemos.”

Sobre a rotina da turista argentina (52 anos, Buenos Aires), ela a descreveu, da seguinte forma:

Com nosso irmão compartilhávamos mais coisas porque estava de auto e nos levava a passear, mas nosso dia consiste: nos levantamos muito cedo, saímos a caminhar pela praia, percorremos, tiramos fotos, depois ficamos um pouco na praia, voltamos ao apartamento para comer, ao meio-dia. Fazemos a comida mas não comemos muito ao meio dia, ficamos um pouco no apartamento até que passe a hora do calor, voltamos à praia, trazemos mate e ficamos até a hora que seja, depois voltamos, nos banhamos, nos vestimos, vamos comer em algum restaurante, mas sempre nos manejando por aqui porque não temos acesso para conhecer outros lugares, se queremos ir até o centro é muito complicado, pois os negócios no centro fecham cedo e o *shopping* às 10, então tampouco podemos, temos que escolher, ou praia ou shopping. Dormimos cedo para podermos levantar cedo.

Uma outra entrevistada (60 anos, Chapecó-SC) costuma frequentar a igreja, hábito que mantém estando de férias na praia, ao que se justifica:

[...] por exemplo, eu fui na Universal, mas não acredito em uma igreja só, não sou evangélica de carteirinha, aqui na praia já joguei flores para Iemanjá, que eu costumo fazer isso, o objetivo da religião é unir as pessoas e não separá-las como elas fazem [...], então não sou de uma só igreja.

A questão da rotina também pode significar que as pessoas, enquanto turistas, não necessariamente praticam atividades cotidianas semelhantes às que fazem em seu local de origem, mas que procuram preservar sua identidade ou até mesmo reforçá-la, através de seus costumes. Enquanto na perspectiva da “liminaridade”, utilizada em pesquisas sobre turismo, o turista é visto como estando ligado a comportamentos de “excessos”, da liberdade não usufruída cotidianamente, podemos também perceber que, devido à ambigüidade das práticas turísticas, o processo inverso também está presente no universo do turista. Uma de nossa entrevistadas, conta-nos que se sentir bem, longe de casa, é

[...] poder ir com meus costumes [...], não perder os costumes próprios, poder levá-los no lugar onde estás [...], e se vais a comer ou beber em algum lugar, algo típico de outro país, ou uma sobremesa ou um doce, que possa dizer óhhh! Creio que é isto, é seguir os costumes todos os dias!

A familiaridade para o turista pode ser encontrada de várias formas. A turista do Rio de Janeiro, por exemplo, ao ser questionada sobre as suas impressões da Barra da Lagoa, relatou:

“[...] eu acho que... muitos argentinos, a minha mãe é argentina, então, eu tô achando interessante que a maior parte das pessoas aqui são argentinas, então, ontem nós fizemos amizade com uma família argentina maravilhosa, e aqui, também, toda a hora escutando, então mata um pouco a saudade da família [...].

E, em outro momento, continuou:

[...] aqui é um turismo mais homogêneo né, são argentinos, as classes médias, classe média alta e... eles gostam muito daqui, só vejo as pessoas falando “precioso”, “precioso” [risos], vêm todo o ano, pessoas que vêm todo o ano né, que estão acostumados aqui, eles estão mais integrados aqui, do que eu que venho pela primeira vez, eu tenho percebido isso, os surfistas eu acho que, é um ambiente do mar, essa coisa do surfe, da popularidade do surfe aqui, eu acho muito legal, essa coisa, vem todo mundo de prancha, a primeira visão que eu tive da praia, assim, muitas pessoas com a prancha, de bicicleta com a prancha, a prancha que pode entrar no ônibus e tem lugar pra prancha, eu acho, essa presença da prancha, do surfe muito interessante, muito bonito.

A seguir, destaca-se, como elemento presente nos “encontros turísticos”, a relação dos turistas com a natureza.

4.2.1.2 Encontros com o mar e a natureza

Além de se encontrarem com hábitos rotineiros que mantêm em seus locais de origem, alguns turistas também atribuem importância ao encontro com a natureza e, especificamente, com o mar, que produz, para alguns, um efeito “terapêutico”. Em alguns casos, essa situação “terapêutica” está associada a crenças religiosas, segundo veremos. David Crouch et al. (2001), por exemplo, entende que, ao encontrar o espaço, de certa forma, o turista encontra a si mesmo.

O casal de holandeses, por exemplo, diz que costuma ir, todo ano, a alguma praia, que é vista como um lugar “[...] muito tranquilo para caminhar, para a saúde.” No cotidiano da

praia da Barra, eles costumam caminhar, correr e ficar no sol. Para ela, estar à beira-mar proporciona uma sensação de liberdade e inspiração, como inspiração para o livro que estava escrevendo. Perguntei que outras sensações lhe vinham nessa condição, ao que me disse que pensava sobre o trabalho e sobre o que fará para o resto de sua vida, “[...] pensamos muito e conversamos sobre isto”, disse ela.

Como outros entrevistados declararam, há um fascínio pelo mar que favorece um encontro com a subjetividade:

[...] o mar me serve como terapia, eu venho ao mar que é pra recarregar minhas baterias, pra enfrentar o ano, sabe, ele é muito relaxante pra mim, e às vezes eu esqueço, nem vejo ninguém na minha caminhada, eu fico olhando pro mar, na minha meditação, na minha coisa e não, às vezes até passa a pessoa, uma pessoa conhecida, mas eu não, às vezes eu nem me ligo... (Aposentada, de Porto Alegre, 52 anos).

Para nosso turista mato-grossense, estar à beira-mar possibilita os seguintes sentimentos:

[...] e a gente vê o azul do mar né, se põe quieto, reflexões também né, até pra que você também possa ver um erro que vem te incomodando, acompanhando que nem uma sombra, e esperar destruir aquela sombra, a gente busca no dia-a-dia uma pessoa melhor, não só pra comigo como para com todos.

Para a chapecoense, encontrar o que precisa, estando em Florianópolis, Barra da Lagoa, significa fazer suas orações e suas oferendas para Iemanjá: “[...] o barulho das ondas é lindo; eu dentro de casa não fico horas parada assim, como fico parada aqui na beira da praia, aqui eu venho de manhã e saio à tarde e fico aqui parada e isso é bom”.

O jovem turista, residente no Japão, confessa que estar na praia lhe desperta um sentimento saudosista:

[...] eu tenho um sentimento saudoso [risos], mas uma saudade próxima, mas porque eu moro no litoral também no Japão, então desde que eu cheguei ao Brasil eu não tinha mais ido à praia, então eu tava sentindo muito falta porque lá vou todos os dias praticamente também. [...] então eu sento aqui, tô matando a saudade [risos].

Perguntado sobre os sentimentos despertados pelo ritual de estar à beira-mar, ele recorda:

[...] bom, toda vez que eu venho à praia eu lembro dos meus amigos, eu tive uma infância forte na praia, vem mais também essa coisa da saudade e eu lembro do que a gente viveu, das brincadeiras, aventuras [...], mas também entra na coisa da saudade, reviver o que foi vivido, outra coisa,... se sente muitas coisas também né, mas isso é, toda vez que eu venho à praia, eu sempre lembro dessas coisas que marcam né.

Uma outra turista, ao ser perguntada sobre sua relação com o mar, justifica:

[...] bom, um detalhe importante é que meu nome é Stela Maris eu sou devota de Stela Maris, que é a padroeira dos navegantes e amanhã é dia de Iemanjá e é dia de Stela Maris também, e dia de Nossa Senhora dos Navegantes, dia 02 de fevereiro é o dia, em homenagem à rainha do mar... e eu vou fazer minha oferenda, já comprei [...] umas oferendas pra jogar pro mar, tenho uma relação muito íntima com o mar, a energia do mar é renovadora, transformadora, é regeneradora, ela limpa, o mar limpa, muita coisa e acho, quer dizer, chegar aqui, cheguei quase de noite e fui direto pro mar tomar um banho de mar, pra limpar as energias e, só me traz coisa boa, hoje por exemplo eu não entrei no mar porque tá frio, mas tô esperando melhorar um pouquinho pra entrar ainda hoje mesmo tarde, mas só de olhar o mar já é uma... uma... coisa muito boa, muito legal!

Ela complementa dizendo que costuma meditar, não apenas por estar na praia, mas como prática cotidiana.

Um de nossos entrevistados, um argentino (professor, 33 anos) diz estar encontrando, na sua busca, fundamentalmente o mar:

[...] uma das maravilhas do mundo, sinônimo de plenitude e paz, é tudo, não sei, nós vemos a água, precisamos de água, nosso organismo é água, precisamos disso, precisamos ver a água, o mar, temos dependência da água; tenho muito respeito, é perigoso; busco dialogo com o mar, é como parar a bola, pensar no passado, no futuro [...]; é mais fácil pensar as coisas à beira do mar, esta particularidade, o mar permite isso...

Esse encontro com o mar, através do surfe confessa esse argentino, tem sido uma fantasia, um sonho, mas, ao mesmo tempo, ele tem a sensação de estar renegando alguma coisa, pois está aprendendo (pois aprender a surfar, era um dos motivos centrais de sua viagem), então, não está desfrutando dessa experiência ainda, ao que afirma “[...] os começos são sempre duros”.



Figura 2: Escola de Surfe, à beira-mar, posto salva-vidas, ambulante vendendo roupas de praia (nov./05).

FONTE: Documento fotográfico da autora.

Segundo Tuan (1980), as orlas marítimas exercem uma dupla atração sobre as pessoas:

[...] por um lado, as reentrâncias das praias e dos vales sugerem segurança. Além disso, o corpo humano, que normalmente desfruta apenas do ar e da terra, entra em contato com a água e a areia. [...] A praia também é banhada pelo brilho direto e refletido da luz do sol, porém a areia cede à pressão, penetrando entre os dedos do pé e a água recebe e ampara o corpo (p. 131).

Já o jovem israelense disse que estar na praia, longe de casa há dois meses viajando, significa lembrar de sua casa: “[...] é uma longa distância de casa [...], mas há muita diversão [...], o mar me relaxa. [...] estou procurando pelas praias, as ondas, o mar, sim, para mim está bom, eu acho [risos]”.

Encontrar o mar é uma das maneiras de se encontrar a natureza. Uma porto-alegrense, de 45 anos, comenta que, sempre que viaja, busca a natureza, para se contrapor ao trabalho como enfermeira num bloco cirúrgico,

[...] num lugar onde a maioria das pessoas têm câncer. [...] é muito estressante entendeu? Então eu vou ficando muito estressada, nas minhas férias eu vou pra tal lugar, então sempre imagino mar, sempre [...]. Por exemplo, adorei conhecer Ouro Preto, Tiradentes [...], adorei conhecer, mas senti falta do mar naquele ano entendeu? Senti falta da natureza, de ver a natureza, caminhar, por exemplo...

Os encontros com o mar e a natureza permitem a contemplação do vazio, contra os excessos da modernidade, como os ruídos, a avalanche de informações...

4.2.1.3 Encontros com a paisagem: o olhar fotográfico

Um dos atrativos de Florianópolis, que se reflete em suas diferentes praias⁵⁸, é a paisagem, considerada bela. A beleza da paisagem também é citada pelos turistas como atrativo, no caso da Barra da Lagoa. É possível dizer-se que a Barra tem seus próprios

⁵⁸ Dados da Santur atestam que a natureza é considerada o principal atrativo turístico de Florianópolis.



pontos turísticos. Encontramos, nos depoimentos, dois destaques: a saída do canal, como o farol e suas pedras, e a ponte pênsil. Acima, mostram-se alguns ângulos que podemos visualizar das pedras e do farol.

Figura 3: Pedras e farol, entre o mar e o canal, onde os turistas gostam de tirar fotos (jan./2003).

FONTE: Documento fotográfico da autora



Um dos turistas, porto-alegrense, 33 anos, descreve assim o que viu e quis fotografar:

[...] sim a gente sempre tira fotos dos lugares, nossa, ah, de alguma paisagem assim mais diferente, aqui na Barra mesmo, a primeira coisa que a gente, a gente foi lá na ponta do farol e a gente olhou de noite pra cá, pô mas isso aqui parece uma cidadezinha cenográfica da Rede Globo, né tiramos foto porque, bonito o lugar assim né, chama a atenção [...].

Figura 4: Acesso que dá ao farol, ao lado o Canal da Barra. (jan./2003).
FONTE: Documento fotográfico da autora.

Na relação entre paisagem e turismo, Meneses (2002), por exemplo, considera que, embora a paisagem seja considerada o campo de estudo do geógrafo, ela também deve ser tratada enquanto processo cultural. Dessa forma, a paisagem tem um caráter histórico que vai além de seus aspectos formológicos, pois varia a forma como a sociedade e grupos dela fazem uso.

Insere-se, na paisagem, o estético, no sentido da percepção, que implica os sentidos, como ponte entre o sujeito e o exterior. Ela é uma percepção fundamentalmente visual e só existe à medida que há um observador. Mas, continua Meneses, a percepção não é só fisiológica, mas inclui valores, interesses, etc. A paisagem, nesses termos, não é mero objeto. Ela pode ser entendida como prática cultural. Exemplo disso é o advento da fotografia, no final do século XIX, que resulta em uma apropriação visual da natureza, tratada como mercadoria. Desse modo, na modernidade, a paisagem passa a ser observada e registrada.

Espaços geográficos, como montanhas e mares, por exemplo, são realidades que preexistiam empiricamente à sua transformação em paisagem (ibid.). “Esta translação de natureza se dá apenas quando a paisagem empírica passa a integrar as diversas dimensões do imaginário e a atuar como agente, mais do que como cenário, na interação sociocultural” (Meneses, p. 39).

No turismo, a paisagem torna-se um “atrativo”. Conforme Cruz (2002), “[...] é a primeira instância do contato do turista com o lugar visitado e por isso ela está no centro da atratividade dos lugares para o turismo” (p. 109).

Para Simmel, no texto *A Filosofia da Paisagem* (1996), a paisagem não pode ser dominada através do olhar, “[...] o que se domina com um olhar no horizonte não é a paisagem mas sua matéria”, como um monte de livros não é por si mesmo uma biblioteca, compara Simmel, mas se torna uma, a partir do momento em que um conceito unificador lhe der uma forma. Ver uma paisagem é a expressão da arte, inclui categorias estéticas.

Por isso, Simmel distingue paisagem de natureza; enquanto o termo natureza expressa algo que não pode ser delimitado (“a unidade fluida do vir-a-ser”), a paisagem, por outro lado, é a delimitação da natureza, ao mesmo tempo em que se distancia desta, pois a natureza não pode ser vista como um fragmento, ou pedaço. A paisagem é uma singularidade “arrancada” da “unidade indivisível da natureza”.

Simmel (ibid.) contesta a visão dominante de que o “sentimento de natureza” só teria se desenvolvido na época moderna, associado ao romantismo. Religiões mais antigas já teriam um profundo sentimento de natureza, mas o que é moderno é recortar a paisagem na natureza, então, o “sentimento de paisagem” é moderno, segundo Simmel.

A paisagem só pode existir envolvendo um ato psíquico, enquanto sentimento pessoal, ou estado de espírito, percepções para as quais Simmel (ibid.) usa o conceito de *stimmung* (em alemão). Segundo Maldonado (1996), um conceito unificador, associado à subjetividade do olhar. Portanto, a paisagem não está dada empiricamente, fundada numa “ordem exterior”, mas envolve nossa subjetividade, segundo Simmel, nossa criatividade.

Nesse processo, o valor da paisagem no contexto moderno não pode deixar de ser pensado, a partir do advento da fotografia, no século XIX. A percepção visual ganha novos significados desde então (Urry, 1996). Instaura-se um sentido de “ver e ser visto”, representado pela figura do *flâneur*, considerado “[...] um precursor do turista do século XIX e sobretudo daquela atividade que, de certo modo, haveria de tornar-se emblemática do turista: o democratizado ato de fotografar, de ser visto e registrado, de ver os outros e registrá-los” (ibid., p. 185).

A partir de vários autores, Urry (ibid.) descreve um conjunto de aspectos constituintes do ato de fotografar, citados a seguir:

1. Fotografar é apropriar-se, de certo modo, do objeto que está sendo fotografado. É uma relação de poder/conhecimento. [...]
2. A fotografia parece um meio de transcrever a realidade. [...] Pensa-se que a câmera não mente.

3. No entanto, as fotografias são o resultado de uma significativa prática ativa na qual aqueles que fotografam selecionam, estruturam e moldam aquilo que vai ser registrado. Existe, em particular, uma tentativa de construir imagens idealizadas, que embelezam o objeto que está sendo fotografado. [...]
4. O poder da fotografia deriva, assim, de sua capacidade de apresentar-se como uma miniaturização do real, sem revelar sua natureza construída ou seu conteúdo ideológico.
5. À medida que todos se transformam em fotógrafos, todos também se transformam em semióticos amadores. Aprendemos que uma casa campestre, com cobertura de palha, representa a velha Inglaterra; [...] ou, sobretudo, que uma pessoa com uma máquina dependurada no pescoço é, sem dúvida, um “turista”.
6. A fotografia envolve a democratização de todas as formas de experiência humana, transformando tudo em imagens fotográficas e possibilitando que qualquer pessoa as fotografe. A fotografia faz, pois, parte do processo de modernização. [...] (p. 186).
7. A fotografia dá uma forma à viagem. É o motivo para se parar, tirar uma foto — clique! — e prosseguir. A fotografia implica obrigações. As pessoas sentem que não podem deixar de ver determinadas cenas, pois, caso contrário, as oportunidades de fotografá-las serão perdidas. [...]
8. Há uma espécie de círculo hermenêutico envolvido em boa parte do turismo. Aquilo que se procura durante as férias é um conjunto de imagens fotográficas, como as que se vêem nos folhetos das excursões, distribuídos pelas agências de turismo, ou em programa de televisão. Quando o turista está viajando, ele se põe a buscar essas imagens e as captura para si. No final, os viajantes demonstram que estiveram realmente em determinado lugar, exibindo sua versão das imagens que haviam visto originalmente, antes da viagem (p. 187).

Discussão semelhante pode ser encontrada em Crawshaw e Urry (2000), ao tratarem do discurso fotográfico associado ao turismo.

Em geral, os turistas tiram mais fotos na primeira vez que visitam o local. A natureza é o principal objeto do “olhar fotográfico”. O casal de holandeses costuma tirar fotos, nesse caso, da praia, das pessoas nas ruas, da casa onde estão, de prédios. Costumam fotografar a natureza em geral, animais e prédios. Já estiveram também em Ingleses, Canasvieiras, Lagoa, Costão e Joaquina. Não costumam filmar e andaram comprando cartões postais da praia para mandar à família e aos amigos.

Uma das porto-alegrenses entrevistada comenta que costuma tirar bastante fotos:

[...] já tiramos lá do outro lado da ponte, da prainha, aquelas pedras lá em cima, já fui, já tirei, já fiz aquele trajeto, só não fui do lado que diz que tem uma praia, eu ainda não fui, ali, nos bares ali, inclusive tá bem poluído né, aquela areia dos bares, tá ruim pra tomar banho, a areia tá muito suja, mas é normal né.

Um jovem gaúcho afirma que, ao chegar, pela primeira vez, na Barra, não tirou fotos, mas, sim, seus amigos que tinham máquina, segundo ele, muitas fotos, particularmente, em torno da travessia de barco pelo canal.

Nessa segunda vez, relata ter tirado foto nas cercanias da Prainha (local identificado por Cunha (1987) como espaço de maior liberalização dos jovens): “[...] a gente não foi na Prainha em si, foi pra curtir o visual, tirar uma foto e ‘otras cositas’ [risos]”. Ao solicitar a ele sobre essas “otras cositas”, o jovem gaúcho apenas ria, desviando do assunto, e, embora continuasse insistindo, não obtive nenhuma outra informação. Outras fotos foram tiradas, geralmente da paisagem, da visão da enseada e da Lagoa da Conceição e do canal: “[...] às vezes também, anteontem a gente tirou uma foto minha próximo a cruz lá, uma pedra lá dum lugar; eu tiro muitas fotos, não tem como não tirar, tendo a máquina à mão, não tem como não tirar fotos”.

Ele também comprou postais, um dos poucos turistas que alegou ter comprado postais: “[...] eu comprei três modelos diferentes, dois eram iguais e tinha uma vista aérea da Barra, pegando um pedaço da lagoa também e outros dois seriam fotos da Barra aqui da ponta dos moles, pegando um pouco da praia também” [aparecendo a ponta do canal].

Sobre a Prainha, Cunha (1987) narra que a ponte pênsil sobre o Canal da Barra liga os moradores praieiros aos do morro, onde moram nativos. Há casas para veranistas e casas pequenas de comércio “ativadas no período turístico ou de festejos locais”. Essa parte do morro com face para o mar parece ser um local “[...] privilegiado de jovens turistas, espaço escolhido para algumas transgressões. Segundo os moradores locais, é nele *que rolam drogas e o nudismo é mais exposto*”. Eles são identificados pelos moradores como hippies e ferem os costumes locais, segundo ela, sob a ótica do pescador.



Figura 5: Prainha (jan./2003).

FONTE: Documento fotográfico da autora.

No grupo dos jovens turistas norte-americanos, onde encontramos uma uruguaia e uma brasileira, a uruguaia disse “trabalhar” com fotografia, uma espécie de *hobbie* para ela. Contou-me que gosta de tirar fotos das pessoas e seu entorno e de situações, tendo já tirado, muitas fotos. De que lugar, em especial, perguntei? Ela me respondeu que, embora o lugar esteja cheio de turistas, eles não lhe interessam, mas, sim, as pessoas que ali vivem, pescadores, a interação entre as crianças e vendedores ambulantes. Ela havia fotografado, no dia anterior, lugares na praia da Armação e na Costa de Dentro, justificando que é uma espécie de trabalho, no sentido de ter habilidade: “[...] gosto muito de viajar e tirar fotos e este lugar gostei muito, de tudo que conheci, isto foi o que mais gostei”; justifica que gostou do estilo urbanístico local, porque é pequeno e as ruas lembram o Uruguai. Ao perguntar sobre fotos para uma das meninas de Brasília, ela me contou que queria fotografar a ponte pênsil. É um local que as pessoas gostam de fotografar, sendo também citado pelo turista dinamarquês.

A norte-americana estava sem câmera fotográfica, justificando que não quis trazê-la porque foi informada que o Brasil é muito perigoso, que há muitos ladrões, que nas cidades há muita violência, em São Paulo, no Rio, então ela achou melhor não trazer nada de valor, para não ter que se preocupar. Interpelei-a, pedindo de onde obteve essas informações, ao que responde: nos livros, guias, como o Let's Go, afirma, mas também justifica

[...] isso diz de vários países; em qualquer um, dizem, cuida-te! Eu acreditava que teria que ficar numa cidade toda a viagem, e também acredito que as pessoas tiram muitas fotos e não é necessário [risos], há que ver a vida, o momento e deixar passar [...] não é tão importante, posso comprar cartões postais.

Você tem comprado cartões postais, perguntei?

“[...] ainda não compramos nada porque não temos dinheiro porque não há banco aqui, temos que ir a Lagoa, não sei, então podemos comprar muitas coisas [risos] e contribuir para a economia [risos]! Solidariedade! [diz o norte-americano rindo, em seguida, os dois comentaram serem pessoas sérias, pois consideraram seus comentários “meio colonial”].

No caso da argentina que viajava com sua irmã, ao perguntar-lhe sobre fotos tiradas, ela não soube dar nenhum exemplo específico, num primeiro momento, pois tirou fotos em outras praias, além da Barra, mas destacou que estava impressionada com o crescimento da ilha, depois de 18 anos que não visitava a cidade: “[...] quando eu vim, havia caminhos de terra, agora está tudo asfaltado”.

A irmã lembrou-a de terem tirado foto do farol e “da praia que há atrás” :

[...] a praia detrás que é bem bonita, passamos a ponte, fomos ver onde fazem tatuagem, esse lugar é muito lindo, me encanta ver as casas típicas, como constróem em qualquer lugarzinho onde encontram, são pessoas muito trabalhadoras, na Argentina não é assim, em Argentina não são tão trabalhadores como vocês, me dá a sensação...vocês, me parece, que trabalham muito mais e com menos recompensa, me dá a sensação pelo que estive averiguando, trabalham muito mais tempo que na Argentina e lhes pagam pouco.

A turista carioca diz que a primeira foto não foi na Barra, mas na praia Mole, uma foto do filho de 21 anos, na frente da estátua do surfista (na Barra ainda não tinha fotografado), pois o garoto estava aprendendo a surfar na escolinha à beira-mar, na Barra.

Nosso outro entrevistado com ligação ao surfe, argentino, 33 anos, diz que não costuma tirar fotos, preferindo guardar na memória, mas comenta ter tirado uma foto com o professor de surfe, na escolinha da praia.

Em geral, os turistas recorrentes na Barra da Lagoa não costumam tirar fotos, pois entendem que já têm as paisagens retidas em fotos anteriores, a paisagem já foi apropriada por eles através da fotografia.

Na Barra, a ponte pênsil é a atração principal para os turistas, se, por um lado, reproduz, em miniatura, a imagem da ponte Hercílio Luz, na entrada da ilha, por outro, enquanto a ponte original é bem mais vista, do que sentida pela travessia, a ponte pênsil, não só é vista e fotografada, como atravessada e sentida. Ela leva à outra praia, que encerra suas próprias particularidades. O balanço da ponte coloca o turista em “suspensão” e em movimento, sua aparência simples dá a sensação de fragilidade e aventura da travessia, ela liga o espaço do pescador, que logo abaixo descarrega seus peixes, ao espaço mais circunscrito, uma espécie de “território de ninguém”, de maior liberdade de ação, menos à vista da comunidade e suas tradições. Afirma Simmel, em seu texto *A Ponte a Porta* (1996), que, ao se atravessar uma ponte, nos bate o “sentimento de planar por um instante entre o céu e a terra”.



Figura 6: Ponte pênsil que atravessa o canal, ligando o Centrinho à Prainha (jan./2003).
FONTE: Documento fotográfico da autora.



Figura 7: Acesso à ponte pelo Centrinho (jan./2003).
FONTE: Documento fotográfico da autora.



Figura 8: Acesso à ponte pela Prainha (jan./2003).
FONTE: Documento fotográfico da autora.





Nas fotos acima, temos o canal e o “espaço” do pescador, com barcos e o descarregamento de peixes, próximo à saída da ponte pênsil (fotos tiradas pela autora em jan./03).

A ponte simboliza um processo, tipicamente humano, que é o de ligar o começo e o fim de um percurso, marcar visivelmente um caminho entre os lugares (Simmel, *A Ponte e a Porta*). Ela “[...] simboliza a extensão de nossa esfera volitiva no espaço” (ibid.). Assim como em *A Filosofia da Paisagem* (1996), Simmel associa a paisagem a um sentido estético, a ponte também contém um valor estético, pois liga parte das paisagens e oferece um suporte ao corpo. Em geral, ela é percebida “como um elemento pitoresco”.

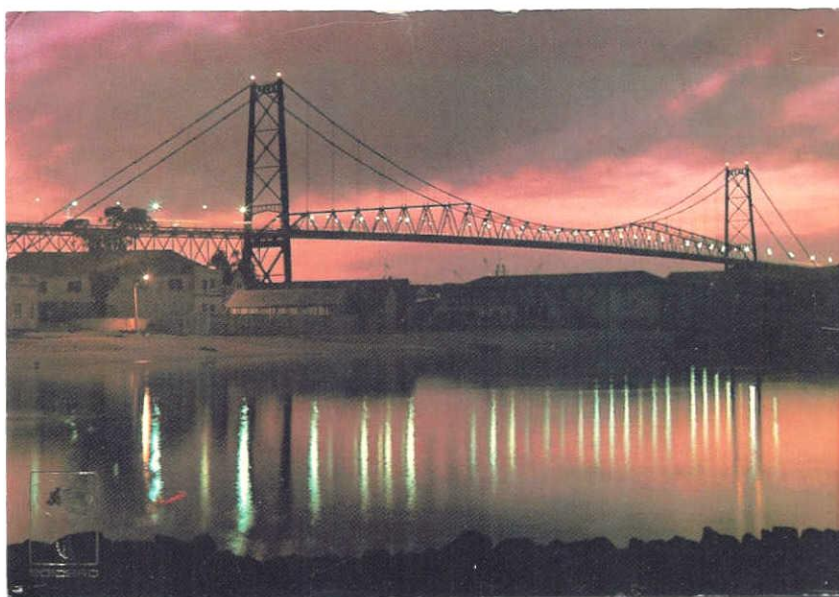


Figura 9: Ponte Hercílio Luz, que liga o continente à ilha de Florianópolis .
 FONTE: Cartão postal recebido pela autora em 1985.

4.2.1.4 Encontros com as práticas e significados das compras

O turista é sempre um consumidor em potencial, fazendo parte de sua condição capturar lembranças para marcar sua passagem pelos lugares. Isso pode ser feito pelas fotografias, ou pelas compras que devem sinalizar, para ele, a sua passagem pelos lugares visitados. Alguns lugares turísticos mantêm uma identidade fortemente associada ao consumo de objetos, como artesanatos, por exemplo, que buscam representar aquele lugar como único. A Barra da Lagoa, contudo, não aparece, nos relatos dos turistas, como local de consumo, ou seja, as pessoas não costumam comprar coisas que identifiquem uma singularidade do lugar.

Nossa turista holandesa disse que tem comprado bastante roupas, também café e doce de leite, que ela alega gostar muito. O café é levado também como presente aos amigos e parentes, e ela considera que o café brasileiro é bem melhor do que o de seu país. Já o doce de leite é algo mais tipicamente brasileiro, mas sabemos que não é típico do sul do Brasil,

tampouco da Barra da Lagoa. Na verdade, o que os turistas costumam comprar na Barra não tem uma marca típica do lugar, nem na alimentação, nem em artigos em geral, como *souvenirs*, camisetas, toalhas e chinelos havaianas, que podem ser encontrados em diversos lugares. As rendas que são típicas da região não foram citadas por nossos entrevistados. Portanto, não encontramos, nos relatos sobre compras, nada que pudesse ser caracterizado como algo típico da Barra da Lagoa, ou mesmo da ilha.

A turista de Porto Alegre (bancária aposentada) relatou que as meninas que a acompanhavam (ela estava com sua filha pré-adolescente e uma sobrinha da mesma faixa etária) compraram alguma confecção, pois havia um lugar barato; ela já havia feito algumas compras num *shopping* perto de Canasvieiras. Cartões postais também não, pois “[...] a gente já tá acostumada, nem cabe mais levar”.

O garoto gaúcho disse que costumavam comprar comida e cerveja. Especificamente, ele comprou um artesanato e alguns cartões postais da Barra (já citados no item anterior).

A argentina comentou que tem comprado alguns presentes para a família, como toalhas — “mais bonitas”, segundo ela, do que as da Argentina —, creme, tecidos, poucas coisas, porque não convém comprar muito, já que não há muita diferença nos preços, alegou. Ao perguntar sobre algum tipo de *souvenir* em especial, algo de diferente de seu país, ela responde que comprou uma “[...] garrafinha de cachaça, que lá não há, não sei se é igual ao que fazem, por lá”.

É comum os turistas comprarem camisetas: “[...] comprei camiseta, com um desenho muito legal — a bandeira do Brasil e um golfinho no lugar da ordem e progresso —, um golfinho, achei linda, levando pra dar pros amigos também” (turista carioca).



Também é comum observarmos turistas estrangeiros usando chinelos havaianas, com o desenho da bandeira brasileira. Um turista israelense, ao ser perguntado se tinha comprado algo em especial, mostrou-me sua aquisição, nos seus pés: as havaianas com a bandeira do Brasil.

Figura 10: Chinelos havaianas, em exposição em loja, perto da praia (nov./05).

FONTE: Documento fotográfico da autora.

Urry (2000) afirma que os objetos viajam paralelamente aos movimentos das pessoas. A partir de alguns outros estudos, ele destaca que os objetos podem ser agrupados denotando diferentes tipos, por exemplo, *souvenirs*, em geral, cartões postais e fotografias, apresentam um significado, de acordo com seu destino final, onde ficarão guardados (*tripper-objects*); “[...] camisetas, por exemplo, representam objetos que podem estar em vários lugares, eles são móveis (pois podem viajar no corpo de quem os utiliza) e demonstram lugares por onde as pessoas passaram”. Metaforicamente, segundo Urry (ibid), o consumo de certos objetos também é o consumo de lugares e culturas.

A Barra não é um local de consumo diferenciado, onde os turistas busquem coisas diferentes ou típicas, em geral, compras mais significativas são feitas nos *shoppings* da ilha, em especial, no centro da Cidade de Florianópolis. Não se pode constatar que houvesse algum tipo de objeto considerado típico do local a ser consumido, como forma particular de consumo turístico.

4.2.1.5 Encontros com o paraíso

As práticas turísticas estão permeadas pela fantasia do paraíso, mediada pelos meios de comunicação, conforme já comentado. A conhecida expressão “O paraíso é aqui” também povoa a imaginação de nossos turistas.

É comum encontrarmos, em alguns depoimentos, a expressão paraíso como referência à Barra da Lagoa. Uma de minhas entrevistadas causou-me espanto pelo fato de estar hospedada, com seu marido, na Barra, pela terceira vez, tendo ela vindo da Holanda. De forma surpresa, perguntei: “Terceira vez? Vieram para cá e gostaram?” Ela respondeu: “Muito! É o paraíso aqui!”.

Tamanho foi seu encantamento pelo lugar que o casal tem planos futuros para morarem na praia. Para atestar esse fascínio, logo me contaram ter viajado por vários países, durante dois anos, mas a conclusão foi “A Barra da Lagoa é melhor!”.

Bauman (1998), ao comentar sobre o significado do estranho na modernidade, afirma que, muitas vezes, se tornar um nativo é algo sedutor. Percebe-se que, em muitos casos, através do turismo, os mesmos locais são revisitados, e alguns escolhem esses locais como nova moradia. É um aspecto que vem crescendo em Florianópolis, ou seja, as pessoas vão passar férias e costumam voltar, alguns fixando residência na Cidade. Nesse contexto, retomamos o princípio de que as identidades do turista não são estáticas e invariáveis.

Galani-Moutafi (2001), conforme já comentado, acredita que os turistas que voltam ao mesmo lugar, como é o caso de vários de nossos entrevistados, estão sempre percebendo sentidos diferentes do lugar, resignificando suas experiências de férias. Isso também pode significar sentir-se parte do lugar e não estar apenas de passagem.

Kohn (1997) também discorda, quando se afirma, na literatura, que as pessoas não têm interesse em voltar ao mesmo lugar. Nossos entrevistados sentem-se motivados pela

paisagem, mas, fundamentalmente, porque se sentem acolhidos. No estudo de Kohn, ela observou que aqueles que voltavam regularmente à ilha pesquisada ou lá iam morar comentavam ter ficado enfeitiçados pelo lugar ou pelo aspecto mágico da ilha. Esse processo parece também ocorrer com os turistas em Florianópolis, onde já existe uma produção do lugar como “ilha da magia”, além disso, é possível que os turistas em Florianópolis também se sintam afetados pelo “clima” do verão, ao modo dos turistas pesquisados por Kohn.

Nosso casal de holandeses, ao comentar sobre as viagens mais significativas que já fizeram até então, acabam reforçando seu encantamento pela Barra da Lagoa. Eles citaram a Austrália e a África do Sul, dentre muitos outros países, bastantes distintos entre si, como o Peru e boa parte da América Latina, a América do Norte, a Indonésia, Índia, Rússia e China. O resultado foi que, diz a holandesa, “[...] voltamos à Holanda, trabalhamos por dois anos e agora estamos aqui, por sete semanas, porque este lugar é melhor para mim!”.

Ela afirma estar gostando de aprender português: “[...] da próxima vez, falaremos português”. Não gosta de barulho, mas de lugares mais tranquilos, mas ao mesmo tempo vivos! E aqui, na Barra, perguntei, o que lhe desagrada? “Nada! Para mim é o paraíso!”

Ao final, questionei se as expectativas sobre o lugar estavam correspondendo, ao que disse: “[...] mais do que esperávamos, tudo é perfeito!”

Deforges (2000) comenta que narrar as experiências aos outros aparece como tema de muitas entrevistas: muitos se preocupam com o problema de ser uma viagem chata. Eles devem selecionar partes da experiência, exagerar no efeito, fazer conexões. Nossos turistas concluem que irão contar aspectos positivos de sua estadia e que tudo estava sendo bom. “Era tudo o que eu esperava” traduz esse sentimento.

As irmãs argentinas, ao final da entrevista, afirmaram também que pretendem voltar : “[...] aqui é o paraíso!” .

Para outros, o clima de praia, num contexto de cidade, também pode simbolizar uma “escapada dos preconceitos”, para quem vem de uma cidade pequena. O turista argentino, que destacou sua homossexualidade como elemento auto-distintivo entre os turistas, afirma que, em sua pequena cidade, é mais difícil buscar locais e pessoas *gays*, e isso muda com a possibilidade das férias. Ele prefere viajar pelo Brasil, ao invés da Argentina, pois acha mais bonito, gosta das pessoas, “[...] elas são mais livres de cabeça e corpo, enquanto o argentino é mais conservador, observa mais, cuida do social, e para o sexo também é mais conservador, assim que o turismo aqui é legal!”.

Ele comenta que, em geral, os turistas buscam coisas em comum, mas há diferenças entre viajar com a família, viajar sozinho ou ser homossexual. Mas afirma que tem encontrado o que procura, com a expressão “[...] não posso me queixar!”.

A Barra da Lagoa, por outro lado, pode ser perfeita para o turista dinamarquês, mas, ao mesmo tempo, há ressalvas a serem feitas. Esse senhor, ao comentar sobre suas impressões do lugar, afirma: “[...] a primeira coisa, os restaurantes, eu não gostei a música, estava sujo, muita cadeira, tudo isso, a praia uh! Argh! [em sinal de desdém]”.

Mais adiante, volta a comentar:

[...] tudo me agrada, uma coisa que me desagrada é que está muito suja a praia, e não tem porquê não limpar, os turistas vêm aqui, [...] a praia é suja, turista vai embora e, a música é histórica, todo dia bum, bum, bum, eu gosto muito da música, gosto muito de carnaval, gosto muito da brasileira, mas bum, rum, rum, tem quatro restaurantes, com quatro músicas diferentes, argh! É a loucura, mas o resto tudo bem, tudo perfeito, não tem problema, só isso.

Esses depoimentos aproximam mais o turista da fantasia, em sua imagem do paraíso, mas nem todos são afetados por esse universo, embora seja uma minoria. Às vezes, “O paraíso não é aqui”.

O relato a seguir mostra-nos uma situação relacionada à alteridade e também ao fato de que a falta de acolhimento se torna o fator central para evitar o local em visitas futuras. A relação de alteridade, aqui, entre turista e locais assume uma forma particular: a turista em

questão sentiu-se discriminada pelo fato de ser mulher e, provavelmente, também por ser afrodescendente.

Seu relato não deixa a situação muito explícita, demonstrando o seu sentimento de “chateação”: ela não quis entrar em detalhes, sendo que o assunto surgiu a partir de uma necessidade da entrevistada, quando se deu conta que precisava “desabafar”, pois as questões por mim colocadas não levariam necessariamente à descrição dos fatos em questão. Embora eu tenha insistido polidamente para que me relatasse mais detalhes do ocorrido, ela preferiu não comentar tudo o que percebeu. Ela parecia, de fato, estar muito aborrecida, ao mesmo tempo em que, contraditoriamente, precisava falar do assunto, sem, contudo, querer lembrá-lo. Ao final da entrevista, disse-me que não voltaria mais para ficar na Barra e que estava “engasgada” com o episódio, tendo sido bom desabafar um pouco.

Ao relatar o episódio ocorrido, eu lhe perguntei se ela considerava as pessoas do lugar muito fechadas, ao que me respondeu:

[...] a gente nota na cara das pessoas: uma ali, como eu te falei dos pescadores, tinha só homem!, aí eu digo, ah mas eu vou, não vão me morder nem nada né, aí ficam assim com aquelas caras e coisa, aí eu só passei e vi que não tinha peixe e já saí, mas eu acho que de repente eu quebrei um tabu, mulher não poderia pisar ali, de manhã, naquele horário.

Fica claro que se sentiu discriminada naquele espaço por ser mulher, mas o fato de ser negra não foi por ela explicitado, contudo, fica nas entrelinhas, ao dizer-me que notou “um outro tipo de coisa”, mas, como não tinha certeza, disse que não queria comentar. Isso, contudo, não a impediu de ter apreciado o lugar, como todos os outros entrevistados. Entretanto ficou com a mágoa de que é um lugar onde ela não retornaria para se hospedar declarando: “Perderam um turista”, sendo que, depois de anos (10 anos) passando temporadas em Florianópolis, ocorreu esse mal-estar.

Entretanto, conforme já comentado e divulgado, através das pesquisas anuais feitas pela Santur, a maioria dos turistas afirma querer voltar à ilha e, no caso de nossos

entrevistados ao serem indagados se pretendem voltar à Barra da Lagoa, a resposta não foi diferente, sim, voltariam.

4.2.1.6 Encontros com os sentimentos

Os relatos anteriores indicam que a busca pelo “paraíso” está presente nos turistas que visitam Florianópolis e suas praias, e a Barra da Lagoa traduz também esse paraíso. O discurso publicitário sobre a “ilha da magia” está introjetado nos turistas. Contudo perpassa por essas representações uma variedade de sentimentos suscitados pelo lugar e pelas pessoas.

Nossa entrevistada da Holanda afirma que a Barra lhe traz sensações de tranquilidade: “É muito diferente, é muito tranquilo, sem *stress*, tenho tempo para pensar um pouco sobre a vida; no meu país é muito trabalho e *stress* familiar, muito trânsito e gente na cidade.” Seus sentimentos, no lugar, são de relaxamento e liberdade — “muita liberdade e inspiração”. Perguntei se, em outros lugares, essas sensações também aparecem, ao que ela reafirma a preferência pela Barra da Lagoa: “[...] aqui é diferente, em outras viagens, também um pouco, mas aqui é melhor!”.

Afirma o casal que não sentem falta de nada. Perguntei se sentiam saudades de algo: “Sinto falta de meu gato, tenho dez gatos; família, parentes e amigos, mas uso *e-mail* aqui, e me comunico”. Ao voltarem para casa, comentaram que se sentem tristes, mas com muita energia para o trabalho.

Ao perguntar se ela se sentia “em casa” estando na Barra da Lagoa, respondeu-me que sim e, quando solicitei que tipo de situações exemplificavam o “sentir-se em casa”, respondeu-me da seguinte forma: “[...] quando temos mais dinheiro, me sinto em casa, queremos morar aqui daqui há dez anos, uma segunda casa”.

O exemplo de “ter dinheiro” remete-nos às dimensões de *status* e prestígio implicadas nas práticas turísticas. A literatura, em geral, mostra-nos que, através do turismo, se busca

conquistar ou manter um *status*, no sentido de prestígio, no grupo ao qual o indivíduo se insere, pois viajar é diferenciar-se socialmente. Isso pode implicar, muitas vezes, um sentimento de superioridade, expresso pelo poder de consumo. Em certos casos, há que se considerar a relação entre turistas de países “ricos” visitando populações de países “pobres”, vista, em certas interpretações antropológicas, como a reprodução de práticas colonialistas, através do turismo. Lévi-Strauss, por exemplo, diz que a viagem, além de deslocamento geográfico, significa deslocamento social⁵⁹ e, nesse sentido, poder-se-ia pensar que visitar a Barra da Lagoa, como no caso de um europeu, é ter certo poder frente àquela localidade, dimensão não explícita nessas relações.

Entretanto, nossos turistas mostram-nos que essa relação “colonialista” não se reproduz apenas na relação entre brasileiros e estrangeiros, mas entre brasileiros visitando brasileiros. O relato a seguir, de uma turista de Porto Alegre, mostra-nos uma representação negativa sobre a população local, denotando a mesma um certo “atraso” e “fechamento”:

[...] eu senti que o pessoal nativo, eles tão ainda naquela cultura antiga, naquela..., lado arcaico, meio fechado, meio escondido, espiando nos canto, sabe? E, eu nunca tinha ficado aqui, eu estranhei, porque eu fico muito na Pinheira e é uma praia, digamos, menor que essa aqui e o pessoal já é mais aberto, a gente vai compra diretamente peixe, camarão, eu senti muita falta, inclusive eu saí um dia, de manhã cedo, fui ali pra comprar peixe, dos pescadores ali, as peixarias ficam fechadas, abrem às 10hs da manhã e eu como sou muito, eu fui até sei lá não sei onde, voltei, cheguei ali, fechado de novo, tive que ficar sentada, aí as pessoas já ficam olhando pra gente com umas caras meio estranhas (grifos nossos)”.

Voltamos aos comentários de Bruner (1991), onde, no encontro entre turistas e nativos, em países pobres (caso da África, analisado pelo autor), o nativo é representado como incapaz de aprender e mudar. Esses “desencontros”, como também poderíamos chamar, não são, portanto, típicos de situações turísticas que envolvem culturas mais distantes ou que envolvem pessoas de situação social muito distinta. Em nosso caso, é a turista gaúcha de classe média que enxerga os “nativos”, numa praia de Florianópolis, como arcaicos e

⁵⁹ Considerações de Carmen Rial em nossas conversas de orientação.

fechados. Segundo Bruner, inspirado em Foucault, narrativas dominantes e hegemônicas sobre os encontros turísticos organizam e dão sentido ao processo, tanto para os turistas quanto para os nativos.

Ao perguntar se ela tinha contato com a população local, apareceram, então, seus pontos de conflito e avaliação dos barrenses. Primeiro, ela começou a comparar com Canasvieiras, onde estava acostumada a visitar (na Barra, essa foi sua primeira estadia, embora já conhecesse a praia). Sua percepção era de que, em Canasvieiras, as pessoas são mais “dadas”. Ficou patente o seu mal-estar frente à situação citada anteriormente. Perguntei se se sentiu observada, e sua resposta reflete a situação de que, no papel de turista, há uma certa liberdade de comportamento *a priori*:

Sim, eu me senti até mal porque, eu sou turista, eu acho que turista anda e vai onde quer, a hora que quer, eu fiquei sentada numa esquina esperando que abrisse, me senti mal com aquilo e, a gente que o pessoal deles são meio assim sabe, não sei, seria alguma coisa, preconceito ou coisa parecida, e isso aí pra mim não existe porque eu supero, entende, eu não tenho cabeça pra ficar encucada com preconceito, com isso, com aquilo, se quiserem ter preconceito, eles que o tenham porque pra mim, eu vivo o meu mundo, porque se eu tiver dinheiro pra pagar eu pago, o meu dinheiro vai ser igual ao dos outros, eu vou onde eu quero [...] (grifos nossos).

Bauman (1997), ao focar a metáfora dos turistas *versus* vagabundos, refere-se à liberdade do turista associada a um contrato comercial, ao que afirma:

Os turistas pagam por sua liberdade; o direito de não levar em conta interesses e sentimentos nativos, o direito de fiar o seu próprio tecido de significados, obtêm-se em transação comercial. A liberdade vem por negócio contratual, o volume da liberdade só depende da capacidade de pagar [...]” (p. 275).

O caso da turista, citado acima, chamou-me a atenção, por ela ter se sentido discriminada pelos locais (o único caso encontrado entre nossos entrevistados). Aparece novamente que, na condição de turista, é importante diferenciar-se socialmente, através de representações associadas ao dinheiro, e, portanto, ao consumo, assim como à liberdade. A associação entre ter dinheiro e liberdade, na condição de turista, reforça o comportamento de

que o turista se percebe tendo uma certa superioridade frente à população visitada. A mesma entrevistada, ao referir-se à escolha da casa que alugou, comenta:

[...] já fiquei em casas melhores, essa não foi o perfil de casa que eu sempre aluguei, é bem aquém do que eu queria, mas tá tudo bem, pelo menos tá tranquilo pra gente dormir, ficar à noite [...]; o dia que eu queria informações, não tinha ninguém na rua, um horário ótimo que eu cheguei, tipo 10hs, era um horário que tinha que ter, vai ver que não estavam muito afim de alugar naquele dia e eu queria informações de preços, lugares, inclusive eu vinha descendo, é que eu nunca me liguei muito e eu achei que aquele lado ali ficava longe da praia e a minha filha queria um local que tinha piscina inclusive, aí eu disse não aí nós vamos ter que caminhar muito até a praia e muito pelo contrário, fica mais longe lá da praia do que eu ficaria aqui... se eu tivesse uma pessoa aquele dia pra dar uma informação, uma coisa assim, seria bem melhor.

Ela reafirma a sua liberdade enquanto turista, em outro momento, ao ser perguntada sobre os outros turistas que estavam freqüentando a Barra: “[...] turista é turista em qualquer lugar, ele vive a vida dele, porque paga caro, né? Acho que não é pra ficar cuidando da vida de ninguém, então turista vive a sua própria vida. Mais alguma coisa que tu queria perguntar?” Tendo se sentido discriminada, possivelmente, a entrevista já estava incomodando-a, de modo tal, que ela já estava querendo se livrar de mim.

Martins (1995), em sua pesquisa na praia do Santinho, comenta que “os de fora” possuem uma percepção, geralmente, preconceituosa para com os “nativos”, o que inclui não apenas turistas, mas moradores que não são “nativos”, oriundos do local. É comum encontrarmos nos relatos de pesquisas sobre turistas e nativos, vários tipos de conflitos que podem aparecer através de aspectos mais simbólicos ou mesmo associados a questões mais explícitas, por exemplo, relativas a problemas ambientais, e inclui, em certos casos, agressões físicas.

Por outro lado, temos um relato, a seguir, da representação da Barra da Lagoa como algo bucólico e interiorano, mas no sentido positivo. O entrevistado em questão, um jovem do interior gaúcho, destaca o aconchego do local, através de variados aspectos, envolvendo a população e a natureza, que formam, em sua representação, um “passado” preservado:

[...] tranquilidade, de certa forma, te dá uma sensação de segurança, assim, dessa coisa, uma questão de patrimônio, tipo assim, tu sai deixa a casa aberta, não precisa

ficar trancado com medo em casa, não tem nada disso, não tem assalto e outra pela tranquilidade que a natureza traz , aqui é tudo é de raiz, as pessoas são, te trazem uma sensação de aconchego e a natureza te propicia essa sensação também, tu explora trilhas, tu tem a praia, tem a noite que tem umas pessoas que fazem umas festas, tem tudo assim e ao mesmo tempo é tudo tranqüilo, é tudo numa boa, tudo na paz e ao mesmo tempo é uma capital de Estado né, Florianópolis tem esse tipo de lugar e lá pelas tantas tu tá caminhando e tu já vê, gado, todo um clima bucólico aquela coisa de campo e tudo mais, aliado ao espírito litorâneo que é essa coisa da praia, que tem toda uma coisa diferente, por tudo isso a gente veio pra Barra (grifos nossos).

Ao perguntar sobre o contato com o pessoal do local, esse entrevistado volta a ressaltar o aspecto do aconchego e o “clima” mais “rústico” do lugar:

[...] a própria locatária, que a gente conheceu, gostamos muito dela, uma senhora de mais idade, que o rapaz que nos abordou é filho dela, então, como eu te falei é tudo em família, então a gente já conheceu ela, conhecemos os filhos dela que moram junto, todo o pessoal, crianças e tudo mais, então o que passamos num primeiro momento foi a receptividade das pessoas e ao mesmo tempo as paisagens assim, porque é uma casa na beira do canal então tu vê todo o canal, tu vê uma parte da Barra, da vila vamos dizer e todo esse clima de rusticidade de atravessar um canal de barco, em tempos em que pontes têm por todo o lugar, toda essa coisa do desenvolvimento e aqui não, eles mantêm uma raiz, com a coisa da natureza com a coisa rústica, então tudo isso causou impacto, a gente não é acostumado com isso, as praias do Rio Grande do Sul não têm nada disso, muito pelo contrário, então isso aí foi, foi muito interessante assim (grifos nossos).

Embora comentada anteriormente, sobre a questão do *status* relativo às viagens turísticas, nossa entrevistada holandesa disse sentir-se em casa, quando tem mais dinheiro, não demonstrando sentir-se superior frente à população local, ao contrário, atribuiu às pessoas e ao lugar elogios e sentimentos agradáveis. Em certo momento, comentou: “[...] as pessoas aqui não são pobres”. Contudo não ficou claro se estava se referindo ao aspecto material ou cultural, ou se, talvez, ela estivesse querendo se sentir mais confortável na sua condição de européia numa ilha ao sul do Brasil.

Ao perguntar se ela se identificava com a Barra da Lagoa, respondeu-me: “Sim, com a praia e toda a natureza; há felicidade aqui!” Que tipo de identificação seria essa? Para ela, há uma identificação com as pessoas, que “[...] são muito amigáveis e muito sociais”.

Uma outra forma de nos referirmos aos sentimentos dos turistas é a comparação do local em questão com seu local de origem. Sobre as diferenças entre a Barra e a cidade do entrevistado a seguir (interior do Rio Grande do Sul), temos as seguintes considerações:

[...] extremamente diferente, que nem eu te falei, apesar deste enclausuramento humano desses estrangeiros, eles são muito mais abertos do que, de uma maneira geral do que os gaúchos, principalmente os gaúchos da região metropolitana que são pessoas que tão muito materialistas e muito fechadas realmente, que se acham, sei lá, uma visão muito antropocêntrica, pode-se dizer, acham que são o centro de tudo, que não precisam de conhecer as pessoas novas, experiências novas, então aqui, as pessoas são muito diferentes, no ônibus tu faz amizade, pega uma linha urbana aqui e vai até o centro e já consegue alguém diferente talvez, enquanto que lá tu senta duas horas com uma pessoa no ônibus do teu lado e a pessoa não te diz nem 'oi' e isso a gente nota bastante assim, e até os próprios gaúchos que vêm pra cá né, de uma maneira e outra também são diferentes, estão libertos deste espírito de fechamento e acabam também se abrindo assim, se adaptam né à idéia de conhecer gente nova, isso é bem legal aqui, muito legal, a gente conhece muita gente, conhece muita gente por causa disso, mas lá no Rio Grande do Sul [...], as pessoas são muito fechadas, não têm essa abertura assim que as pessoas têm aqui (grifos nossos).

Há, então, segundo conta, uma sensação de que, em ambientes distintos, em especial na situação de turistas, as pessoas se libertam e se abrem para o novo. Insisti um pouco mais na questão perguntando-lhe se essa impressão lhe ocorria porque as pessoas estão numa situação específica que é a viagem, independentemente de estarem na Barra, ao que ele concordou afirmando que, ao viajar para lugares diferentes, as pessoas também querem conhecer pessoas diferentes, ter experiências diferentes (outros entrevistados, contudo, nos mostrarão que isso é relativo, pois muitos querem ficar consigo mesmos, ou com os seus).

Outro entrevistado, no caso, uma jovem norte-americana, ao ser perguntada sobre o que lhe chamava a atenção no lugar e se algo lembrava sua ilha natal, comentou que em seu país “[...] não é assim”, a Barra é pequena, tranqüila, bonita e sua ilha natal é muito diferente, não tem pontes, é mais difícil de chegar... “[...] o tempo passa mais lentamente aqui”, diz ela: “[...] a coisa melhor aqui é o meio ambiente, a natureza, tão bonita, é tão fácil de relaxar e curtir a beleza incrível da ilha, oxalá que haja grupos de pessoas com mentalidade onde importa preservar, cuidar da natureza!”.

Perguntada sobre do gosta nas pessoas do local, ela afirma:

[...] eu gosto do jeito como as mulheres, mesmo mais velhas usam os biquínis, são tão livres, mesmo de 40 anos..., mesmo não tão jovens, mostram seu corpo e, em meu país, com 40 usam biquínis enormes, é tão estúpido! [...] Eu venho para o Brasil [risos], esta é minha primeira vez no Brasil e realmente estou gostando!

Também comparando o local visitado com seu local de origem, a argentina (52 anos) destacou o aspecto acolhedor do local/pessoas, pois, ao se referir à Argentina, essa turista compara a população da capital com a população do interior:

[...] nós não somos nascidas na capital, somos nascidas no interior, numa província [...], então é como que, o provinciano tem distintas formas que o portenho, o provinciano é mais acolhedor, mais simples, brinda mais as pessoas do que o portenho, que é mais orgulhoso, mas caímos a viver em Buenos Aires e temos que nos conformar.

Para o turista de Mato Grosso, as viagens de turismo, além de favorecer o descanso, o afastamento do cotidiano e do trabalho, possibilitam também reflexões sobre os rumos da vida:

[...] é como dar uma distanciada pra restaurar as forças pra depois poder retornar melhor ainda né e até rever, fazer uma reflexão onde que anda determinados erros da vida da gente poder dar uma olhada neles pra depois voltar melhor ainda; acho que é até uma reflexão, enquanto aqui a gente se encontra, a gente quer fazer uma reflexão pra que a gente volte melhor né, mais disposto pro trabalho, enfim, mais contente com tudo.

Ao falar sobre os sentimentos provocados por essa viagem, ele volta a se referir a questões subjetivas:

[...] eu também trabalho muito o “eu”, o emocional [...], aqui eu me solto mais [...]. Eu leio de tudo, leio do jornal, viagem, jornal falado de televisão, romance e também, gosto um pouquinho de saber que a gente não é só corpo, hum, hum, a gente não é um amontoado de matéria, eu também creio na imortalidade da alma [...].

Ele comenta sempre ler sobre esses temas, mesmo em férias. Cita como exemplos, leituras sobre os monges tibetanos e o Dalai Lama.

Ao ser perguntado sobre o sentimento de saudade, estando naquela situação de turismo, férias, ele comentou: “[...] sim, saudades, recém perdi minha mãe faz um mês, 45

dias, então lembro dela né, mas busco também não me deixar entristecido. [...] então aqui a ligação é ela né”.

Uma turista de Porto Alegre, enfermeira, ao se referir à busca pelas praias, como forma de combater o esgotamento diário, também se referiu às suas perdas: “[...] eu perdi meu pai, faleceu, então eu saí, mais atrás, de arejar, entendeu, ainda ontem estava na praia e me lembrei de meu pai...”.

O turista mato-grossense, afirma também, em resposta à questão de sentir-se em casa, que costuma viajar para lugares em que se sinta protegido, para se sentir à vontade. Na Barra da Lagoa, sente-se bem, justificando que se trata de uma questão de personalidade: “[...] é como eu disse pra você, eu sou pouco exigente né, talvez a simplicidade [...] ou é da minha pessoa, nasci assim né, tenho poucas dificuldades [...], eu sou de fácil adaptação, sou um animal bem, bem doméstico hum, hum”.

Uma senhora entrevistada, que passava o dia na Barra, mas não estava hospedada na praia, ao comentar sobre seus sentimentos ao viajar, diz desejar sentir-se bem e complementa: “[...] sou ligada ao lado espiritual, faço minhas orações na praia, não venho aqui para dançar, sair à noite, abandonei este lado, leio muito...”.

Ao estabelecer as semelhanças e diferenças com seu local de origem, ela se queixa das dificuldades enfrentadas no trabalho associado à educação infantil (ela é professora municipal), e a diferença é que se, num domingo, estivesse em casa, estaria olhando TV e iria a uma Igreja, contudo diz: “[...] aqui gosto de olhar as pessoas, ver como se vestem, fico mais à vontade em usar certas roupas”.

Pensar na volta à cidade de origem remete esta entrevistada a um relato sobre sua vida:

[...] o último dia olhando este mar lindo dá uma tristeza, queria morar aqui, lá sinto saudade do mar, depois só no próximo ano, mas não é fácil, vou me acostumando pois é um esforço muito grande para sair de casa sozinha, é um esforço grande! [...] Lá na minha cidade, eu freqüento academia eu sempre faço exercícios e as pessoas devem me ver lá na academia, olham para mim e devem pensar — ah essa aí tá tudo bem e acham que tá tudo bem, que não tenho problemas, mas a coisa não é bem assim não, eu batalhei pela minha vida sozinha, eu construí minha vida sozinha, minha irmã, por exemplo, faleceu, meu pai não tinha grandes salários [...], eu fiz de

tudo para ter minhas coisas, vendi bala, vendi Avon, me aposentei e anos atrás, eu fiz outro concurso pela prefeitura e juntando os dois, a aposentadoria e o meu salário, ganho mais de que muita família ganha e isso incomoda porque sou sozinha, e às vezes as pessoas ficam pensando o que, que eu quero com tanto dinheiro, se tem famílias que não ganham o que eu ganho, ora, todo mundo tem o direito de ter as coisas que quiser, não é porque sou sozinha que não posso ter certas coisas [...], eu tenho os mesmos direitos de ter as coisas que eu quero, eu sei também porque eu acabei não casando, não tive filhos, hoje eu analiso a minha vida, eu sei porque essas coisas aconteceram...

Comparando seu local de origem com a Barra, outra de nossas entrevistadas, 59 anos, do interior gaúcho, além de comentar sobre as diferenças geográficas, refere-se às pessoas em relação a situações gerais, típicas da espécie humana: “[...] as pessoas são iguais em qualquer parte porque se chega e tem uma empatia por determinada pessoa e dá ou não dá certo, tanto aqui como lá, eu acho, pelo menos pra mim”.

Sentir-se à vontade quando viaja, para ela, representa a companhia da família, e complementa:

[...] olha minha filha, como é que eu vou te explicar, eu sou “zen” então acabo ficando à vontade [risos]... Em relação às pessoas, não, vamos dizer assim, a minha filha como faz mestrado, a gente convive muito com jovens, geralmente estou à vontade, vamos dizer *hippie*, anos 60, então por formação eu sou, vamos dizer, em música, eu sou roqueira, até que eu gosto de *rap*, quando é um bom [...].

Muitas pessoas alegam aproveitar as férias para desfrutar de forma mais tranquila da companhia da família ou companheiros(as). Outro de nossos turistas entrevistados, dinamarquês, 55 anos, comenta que não vê necessidade em conhecer outras pessoas, porque, em situação de trabalho, não tem tanto tempo para conversar com a esposa e aproveita as férias para isso.

O nosso turista, paulistano, do interior, que vive no Japão, compara seu local de moradia com a Barra da seguinte forma:

[...] por exemplo, apesar do Japão ser uma ilha, a gente também tem lá praias belíssimas mas ninguém vai à praia [risos], o japonês que eu digo, ele não vai à praia, não curte muito, essa coisa de ficar aqui no sol, curtindo a natureza, eles não curtem muito, lá é mais a coisa do shopping center, o consumo, a coisa material... aqui o pessoal já curte mais a natureza, por aí.

Para ele, sentir-se bem quando viaja é inerente à sua personalidade, pois justifica: “[...] eu sou muito amigável, quase todos os lugares que eu chego eu fico à vontade... quase em todos os lugares eu faço amigos, converso e sempre eu me sinto à vontade, é difícil eu me sentir incomodado com alguma coisa”. Contudo, ao perguntá- -lhe sobre alguma situação que o tenha incomodado, ele recordou uma viagem aos Estados Unidos, dizendo que não se sentiu muito bem: “[...] principalmente na parte norte, eu acho as pessoas muito frias, te olham diferente talvez porque, por você ser latino, nesses lugares assim eu não me sinto bem, não me senti quando fui,... e no Brasil todos os lugares que eu vou assim, eu sempre me sinto muito bem, muito à vontade”.

O aspecto caloroso ou mais “frio” das pessoas também está presente na fala de um turista israelense, de 21 anos. Ele comentou que as pessoas que encontrou, até aquele momento, eram muito semelhantes às de seu país de origem, sendo muito calorosas e, em suas palavras, “[...] elas gostam de ajudar”. Do ponto de vista geográfico, as praias, contudo, são diferentes, entretanto, ele acabou, por estar na Barra da Lagoa, por lembrar de sua casa, onde vive a poucos metros do mar.

Para ele, sentir-se bem ao viajar é quando as pessoas lhe ajudam, com a língua, por exemplo. Ele estabelece uma comparação entre as pessoas de dois países que visitou, afirmando que não gosta quando encontra pessoas “frias”: “[...] eu não gosto do Chile porque as pessoas, eu acho,... eram legais..., mas pessoas muito frias! [...] eu gostei da Argentina, gostei mais!” Os argentinos seriam mais calorosos em comparação aos chilenos, na sua percepção. Mas afirmou que o Brasil é melhor ainda, em especial pelo jeito das pessoas, que lembram sua terra natal.

Constatou-se que as representações dos turistas entrevistados sobre Florianópolis e a Barra da Lagoa são predominantemente positivas, em parte reproduzindo a publicidade sobre a ilha “mágica”.

No caso dos turistas entrevistados, como demonstra a literatura, os contatos com o “outro”, predominantemente considerados como população local/comunidade/hospedeiros não são buscados, não sendo motivação principal para a viagem. Em parte, esse aspecto deriva do pouco tempo em que os turistas ficam no lugar, em média, de quatro a sete dias. Os contatos são mais comuns com os hospedeiros, donos de casas ou pousadas, que tendem a ser vistos de forma afetuosa. O contato com outros turistas é ocasional.

Contudo, mesmo sendo poucos dias de visita ao local, a recorrência ao lugar e em alguns casos à mesma hospedagem indica que alguns vínculos, embora fragmentados, se estabelecem. São situações de representação da ilha e da praia que podem ser traduzidas por sentimentos que envolvem sensação de segurança, acolhimento, cordialidade e familiaridade, onde turistas buscam repetir a experiência de familiaridade e acolhimento, voltando à Barra, e também, em certos casos, à mesma casa ou pousada. Desse modo, o turista busca manter alguns padrões de comportamento e não apenas, ou necessariamente, revertê-los através de um equilíbrio com a natureza e a paisagem.

A natureza e a paisagem têm sido construídos como elementos de manifestação de sentimentos e considerados, em locais turísticos, como “atrativos”. Contudo a natureza e a paisagem só podem ser atrativos, enquanto manifestações de sentimentos, ou seja, atrativos são os sentimentos que provocam, por isso, muitos turistas buscam as praias, o mar e a paisagem, como diz Simmel (1996), o recorte da natureza que forma a paisagem, enquanto manifestação moderna, implica uma dimensão subjetiva.

Na Barra da Lagoa, o encontro com a natureza e a paisagem é mais perceptível do que o encontro com a “cultura local”, mas sendo também a paisagem algo do domínio cultural, é por esse viés que a Barra mantém suas particularidades para o turista. Como dimensão que permeia os diferentes “encontros turísticos”, encontramos um lugar propício para a manifestação de sentimentos e afeto.

CONCLUSÃO

Durante esta “viagem”, que é o trabalho intelectual, procurou-se discutir sobre o fenômeno turístico, sua complexidade e especificidades, como fenômeno constituinte da modernidade. A modernidade tem representado um conjunto de experiências constitutivas da ordem social, em seus aspectos institucionalizados, assim como um conjunto de experiências subjetivas, na relação humana com o tempo e o espaço, mediadas por processos de mercantilização. São também experiências fundadas nas ambigüidades e paroxismos entre a racionalidade e os sentimentos.

As transformações resultantes da modernidade ou, como diria Giddens, suas conseqüências, têm-se manifestado, principalmente, através das relações espaço-temporais, e, desse modo, o turismo, como forma de mobilidade/deslocamento, evidencia essas transformações através das relações entre pessoas e lugares. Essas relações têm sido expressas pela idéia de espaços vazios, sem identidade, por autores como Augé, marcados pelo efêmero e passageiro, ou percebidos pela ausência que predomina sobre a presença, conforme Giddens, ou pela falta de envolvimento com os lugares, como destaca Bauman.

A figura do turista, nesse contexto, tem sido vista como representativa da efemeridade e do descompromisso com os lugares por onde passa. E, nesse sentido, a idéia do “escapismo” aparece como questão central do turismo para alguns autores, mas cabe lembrar que, ao se escapar de algo, se vai em busca de alguma outra coisa. A resposta mais encontrada na literatura é que o turista busca o prazer. Além disso, esse prazer parece que está sempre muito longe, só podendo ser encontrado através de um deslocamento de longa distância, que se depare com o extraordinário, pois as análises, em geral, privilegiam a experiência do turismo internacional, a qual representaria uma das outras dimensões fundamentais do turismo, que é

o contraste entre culturas. A literatura também tende a destacar as viagens turísticas como algo planejado pelas agências de viagens.

Foi visto que a praia tem suas particularidades como atrativo para o turismo. Desse modo, há diferentes tipos de turismo, onde as experiências turísticas devem ser relativizadas, embora estejam entrelaçadas com algumas questões que fazem parte da natureza do turismo. Espaços como a praia privilegiam a percepção da natureza.

O turismo ainda nos remete ao romantismo, ou ao “olhar romântico”, na expressão de Urry, desde o momento em que, na modernidade, se abriu um espaço para a expressão mais livre das emoções, a partir do século XVIII, na Europa. Esse momento também esteve associado à valorização da natureza, que, segundo Taylor, contribuiria para a expressão dos sentimentos. Taylor também observou que a expressão de sentimentos e de afeto é um processo que começou pela família. Então, as novas formas de contato com a natureza e a família passaram a fazer parte de um espaço, na modernidade, de se fugir à racionalidade predominante, na experiência moderna. Buscar a natureza através do turismo é também buscar a familiaridade e os afetos.

O turismo, a partir da modernidade, apresenta essa dimensão não explicitada claramente pela literatura, a qual se constitui de pequenos encontros com os sentimentos e com o *self*, na medida em que, na modernidade, há um excesso de ordem e racionalidade, onde o turismo desloca essas questões, permitindo a desordem da razão, a fim de possibilitar a experimentação de sensações e sentimentos. Porém, nas condições da “alta modernidade” ou “modernidade líquida”, esses encontros são fragmentados e fugidios, como a própria condição do turista. São encontros que não implicam mudanças imediatas do *self*. A recorrência dos lugares, comum no turismo de praia, característico do turismo em Florianópolis e na Barra da Lagoa, pode, como em outros lugares, representar a busca dos pedaços do eu que se deixa pelos lugares visitados, resultante dos processos de fluidez e mobilidade constante.

O turismo é um mecanismo de evasão, mas, ao mesmo tempo, um conjunto de experiências que representam encontros de natureza diversa. São encontros resultantes dos excessos e dos vazios da condição contemporânea da modernidade, associada aos processos de mobilidade. Esses encontros, ou os “encontros turísticos”, incluem os encontros do turista consigo mesmo, ou com o *self*. Mas não são encontros que impliquem mudanças profundas, são encontros fragmentados que reproduzem as condições de fragmentação contemporâneas, como sugere Kohn (1997), onde turistas que voltam ao mesmo lugar, ano após ano, provavelmente estão desenvolvendo um sentido diferente de lugar e descobrindo o que isso preenche em suas experiências de férias, inclusive se sentir parte do lugar e não apenas passar por ele.

Dessa forma, os “encontros turísticos” não seguem uma lógica/racionalidade, pois os turistas se relacionam com seus sentimentos. O turismo é uma possibilidade de encontrar as emoções, o irracional, e, embora seja algo institucionalizado, há circunstâncias em que, através do turismo, se escapa dos excessos da modernidade e também de suas lacunas. São questões que fogem com facilidade do controle dos agentes envolvidos, tornando-se mais radicais a partir dos processos globais. Desse modo, também são “encontros globais”, resultantes das dinâmicas econômicas, dos fluxos internacionais e das novas tecnologias de comunicação. A Barra da Lagoa tem sido afetada por esses processos globais, constituindo-se como um espaço de múltiplos contextos e encontros: turistas, locais, pescadores, surfistas, vendedores ambulantes, artesãos, etc., são dimensões que, muitas vezes, se misturam com a lógica do mercado ou se contrapõem a ela, através do afeto.

Embora, para a maioria de nossos investigados, a Barra da Lagoa tenha aparecido como um lugar de passagem, encontrado ao acaso, muitos buscam a volta e, portanto, a retomada do contato com o lugar e sua gente. Desse modo, existem tentativas não conscientes ou explícitas de envolvimento com os lugares, na maioria das vezes fadadas ao fracasso, por

um conjunto de fatores mais estruturais e globais. A população hospedeira também fornece indícios dessa busca pelo envolvimento, embora não tenha sido o eixo do estudo em questão.

O espaço dos sentimentos através do turismo tem raízes no romantismo e continua a afetar os processos turísticos, em condições de “modernidade líquida”. Nesse sentido, o turista não pode ser visto apenas como a figura que consome e descarta tudo o que encontra pelo caminho, como nas metáforas de Bauman que se referem à “síndrome do turista”.

No estudo aqui apresentado, buscou-se destacar uma concepção de turismo, enquanto experiência e práticas, onde o *self* faz turismo, através da necessidade de busca do descanso do corpo e da alma para a sua reconstituição. Nessa busca, através das práticas turísticas, aparece a necessidade do afeto, no sentido do acolhimento e da aceitação que emergem nessa condição, reflexo de lacunas que se manifestam tanto pelos excessos quanto pelas carências constituintes da modernidade. Esse *self* de que se fala não implica a reflexividade de Giddens ou a busca de orientação moral de Taylor, mas é um *self* fragmentado, que busca, através da experiência turística, a valorização dos sentimentos. Nesse sentido, estudos já apontam essa nova dimensão para as pesquisas em turismo que visam à compreensão do turista em torno de processos subjetivos.

Nesse contexto, outras formas de turismo não são suficientemente abordadas, como aquelas que envolvem a recorrência das visitas, as curtas distâncias e, portanto, a busca de experiências que se repetem. Como exemplo desse tipo de turismo recorrente, é que se configura o turismo de praia.

Dessa forma, o turismo é uma experiência sensorial, onde, através dos sentidos inerentes ao corpo humano, o turista se conecta com seus sentimentos, resultantes do olhar, da contemplação, dos sons, do paladar e de sensações que o lugar oferece.

Verificou-se que os estudos realizados sobre o turismo em Florianópolis revelam um quadro significativo sobre o desenvolvimento da Cidade associado ao turismo e aos

problemas decorrentes desse processo, mas ainda muitos espaços turísticos não foram ou não estão sendo pesquisados, e os turistas, como parte fundamental desse processo, ainda são pouco ouvidos. Ao se privilegiar a figura do turista, não se trata de desprezar o não-turista, na forma da comunidade “hospedeira”, mas, sim, de possibilitar outros vieses de análises e relativizar essas posições, que, como vem demonstrando a literatura, não são estáticas. Contudo isso não significa, por outro lado, relativizar todos os processos turísticos, como não tendo parâmetros, mas sim, chamar atenção para se olhar para a questão do turismo com o acréscimo de outros elementos, que não são contraditórios a outras formas de análise. Além do quê, o debate acadêmico ainda está muito marcado por visões maniqueístas sobre as relações turísticas. Nem os turistas nem a comunidade “hospedeira” são entidades abstratas com posições pré-determinadas.

Os lugares e as pessoas vão sendo transformados, em locais turísticos, não apenas através de estratégias políticas e publicitárias ou pelo fato de que há sempre pessoas de passagem, mas porque esses movimentos de passagem trazem novos conteúdos e significados. Nesse sentido, a Barra é um “lugar” de moradia da tradição do pescador, mas também vai abrigando outras comunidades, com outros estilos de vida, sendo afetada por diferentes tipos de pessoas, como figuras “passageiras”, que é o turista, mas que, em determinados casos, deixam de ser turistas e se tornam residentes.

Florianópolis tem sido uma cidade capaz de abarcar diversos tipos de “encontros turísticos”, e a Barra da Lagoa é uma amostra desses processos. Lá encontramos as diversas subjetividades, desde aqueles que procuram encontros amorosos, ao aprendiz de surfista, passando pela senhora “zen”, que quer aproveitar a praia com a família e muitos outros. Mas todos, de alguma forma, entram em contato consigo, através da paisagem, da fotografia, da meditação.

O turismo pode ser entendido enquanto uma diversidade de tipos de encontros, que não se limitam à relação hóspedes e hospedeiros, assim como não se limitam às relações comerciais, como forma de consumo do lugar e predomínio de processos mercantilistas, como muitas teorias querem enfatizar. A literatura pouco ainda tem investigado os aspectos subjetivos das práticas turísticas, e um dos componentes que faz parte desse processo é a manifestação de sentimentos de se estar, mesmo que momentaneamente, num pequeno paraíso, que significa ser acolhido.

A questão dos turistas e seu encantamento pelo lugar visitado ainda precisa ser explorada, pois são essas referências que transformam turistas em futuros residentes, escolhas estas resultantes das práticas turísticas que não envolvem decisões decorrentes do trabalho, como eixo principal. Essas questões podem ser exploradas em futuras pesquisas, pois implicam mudanças significativas da comunidade “hospedeira”.

Dessa forma, foram destacadas a noção de “encontros turísticos” e a necessidade de troca de olhares entre as diferentes áreas, para um pensamento mais interdisciplinar. Também buscou-se demarcar que os “encontros turísticos” podem abarcar os estudos do *self* no turismo, como possibilidade de pesquisa. A questão dos “encontros turísticos” é também o encontro do pesquisador com questões teóricas, autores e novas possibilidades de pesquisa.

REFERÊNCIAS

ABRAM, Simone; WALDREN, Jacqueline; MACLEOD, Donald V. L. (Ed.). Tourists and tourism; identifying with people and places. Oxford, New York: Berg, 1997.

ABRAM, Simone; WALDREN, Jacqueline. Introduction. In: ABRAM, Simone; WALDREN, Jacqueline; MACLEOD, Donald V. L. (Ed.). Tourists and tourism; identifying with people and places. Oxford, New York: Berg, 1997.

AOUN, Sabáh. A procura do paraíso no universo do turismo. Campinas: Papirus, 2001.

APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia global. In: FEATHERSTONE, Mike (Org.). Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

ARAÚJO, Silvana Miceli de. Artifício e autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETO, Margarita (Orgs.). Turismo e identidade local: uma visão antropológica. Campinas: Papirus, 2001.

AUGÉ, Marc. Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.

AUGÉ, Marc. Por uma antropologia dos mundos contemporâneos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

AUGÉ, Marc. O sentido dos outros: atualidade da antropologia. Petrópolis: Vozes, 1999.

AUGÉ, Marc. Viaje y etnografía. La vida como un relato. In: Ficciones de fin de siglo. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001.

BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETTO, Margarita. Introdução. In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETTO, Margarita (Orgs.). Turismo e identidade local: uma visão antropológica. Campinas: Papirus, 2001.

BANDUCCI JR., Álvaro. Turismo e antropologia no Brasil: estudo preliminar". In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETTO, Margarita (Orgs.). Turismo e identidade local: uma visão antropológica. Campinas: Papirus, 2001.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. O despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não-lugares. São Paulo: Aleph, 2001.

BARRETTO, Margarita. Manual de iniciação ao estudo do turismo. Campinas: Papirus, 1995.

BARRETTO, Margarita. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 15-29, outubro de 2003.

BARRETTO, Margarita. Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos socioantropológicos. *Conexão, Comunicação e cultura*. Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, v. 3, n. 5, jan/jun. 2004.

BARRETTO, Margarita. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas: Papirus, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. Modernité. In: *Encyclopedie Universalis*, v. 12, p. 424-429, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. Uma visão geral. In: *Ética pós-moderna*. São Paulo: Paulus, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. Globalização: as conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999a.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade e ambivalência. Rio de Janeiro: Zahar, 1999b.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. Introdução; No começo era o projeto. In: *Vidas desperdiçadas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BOORSTIN, Daniel J. The image: a guide to pseudo-events in America. New York: First Vintage Books Edition, 1992.

BOSTNAVARON, François. A nova cara do turismo mundial. *Le Monde*, UOL Mídia Global, 27.09.2003, Tradução de Jean-Yves de Neufville.

BOYER, Marc. História do turismo de massa. Bauru: EDUSC; EDUFBA, 2003.

BRUNER, Edward M. Transformation of the self in tourism. *Annals of Tourism Research*, v.18, p. 238-250, 1991.

BUENO, Ayrton Portilho. Estudos sintáticos em assentamentos costeiros na ilha de Santa Catarina: integração e segregação em balneários turísticos. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Mestrado em Planejamento Urbano, Brasília, 1996.

CADERNO VIRTUAL DE TURISMO. Benchmarks, Florianópolis. 27.08.2002. Disponível em: <<http://www.ivt.rj.net/caderno/anteriores/2/floripa/floripa2.htm>>

CÂMARA, Maurício Ruiz. O turismo no litoral de Santa Catarina: tensões e conflitos e reorganização espacial. Florianópolis, 2001. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal de Santa Catarina.

CARDOSO, Ruth C. L. Aventuras de antropólogos em campo ou como escapar das armadilhas do método. In: CARDOSO, Ruth (Org.). A aventura antropológica: teoria e pesquisa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

CASTELLI, Geraldo. A viagem através dos tempos. In: Turismo: atividade marcante do século XX. Caxias do Sul: EDUNI-SUL, 1986.

CASTRESANA, Restituto Zorrilla. El turismo como forma del ocio. In: Escuela de Turismo. Turismo y tiempo libre: actividades, métodos y organización. Bilbao: Universidad de Deusto, 1995.

CASTROGIOVANNI, Antônio C.; GASTAL, Susana (Orgs.). Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística. Porto Alegre: Editora dos Autores, 1999.

CENTRO DE ESTUDOS CULTURA E CIDADANIA — CECCA. Uma cidade numa ilha: relatório sobre os problemas sócio-ambientais da ilha de Santa Catarina. Florianópolis: CECCA/Insular, 1997.

CERTEAU, Michel de. Caminhadas pela cidade; Relatos de espaço. In: A invenção do cotidiano: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

CLAUDINO, Carlos Alberto. O patrimônio público da paisagem litorânea de Santa Catarina: estudo de caso, ganchos e tendências turísticas. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Geografia, UFSC, 2003.

COHEN, Eric. Toward a sociology of international tourism. Social Research, Spring 1972.

COHEN, Eric. Who is a tourist?: a conceptual clarification. The Sociological Review, November 1974.

COHEN, Eric. A phenomenology of tourist experiences. The Journal of the British Sociological Association, v. 13, n. 2, May 1979.

COLLINS, Samuel. Head out on the highway; anthropological encounters with the supermodern. Postmodern culture, v. 7, n. 1, September 1996. Disponível em: <<http://jefferson.village.virginia.edu/pmc/text-only/issue.996/review-2.996>>

COROLIANO, Luzia Neide M.T. Da sedução ao turismo de sedução. In: RODRIGUES, Adyr B. (org.). Turismo. Modernidade. Globalização. São Paulo: HUCITEC, 1997.

CORBIN, Alain. O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CRAWSHAW, Carol; URRY, John. Tourism and the photographic eye. In: ROJEK, Chris, URRY, John (ed.). Touring cultures: transformations of travel and theory. London: Routledge, 2000.

CROUCH, David et al. Tourist encounters. Tourist studies. London, Thousand Oaks and New Delhi, v. 1(3), p. 253-270, 2001.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). Turismo e paisagem. São Paulo: Contexto, 2002.

CUNHA, Lúcia Helena de Oliveira. Entre o mar e a terra. São Paulo, 1987. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

DACHARI, Alfredo Cesar; BURNE, Stella Maris Arnaiz. Turismo y recolonización, un modelo acorde com la globalización. 13th International Congress of Anthropological and Ethnological Sciences. México, D.F. 28 jul-05 aug. 1993.

DA MATTA, Roberto. O ofício de etnólogo, ou como ter 'anthropological blues'. In: NUNES, Edson de Oliveira (Org.). A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

DEFORGES, Luke. Traveling the world; identity and travel biography. Annals of Tourism Research, v. 27, n. 4, p. 926-945, 2000.

DIEGUES, Antônio Carlos. As ilhas e arquipélagos tropicais brasileiros: práticas sociais e simbólicas. In: DIEGUES, A. C. (Org.). Ilhas e sociedades insulares. São Paulo: NUPAUB-USP, 1997.

DOMINGUES, José Maurício. Sociologia e modernidade: para entender a sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

ECO, Umberto. Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ELIAS, Norbert. A busca da excitação. Lisboa: Difel, 1992.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo, Ministério do Turismo. disponível em: <<http://institucional.turismo.gov.br>>

ENZENSBERGER, Hans Magnus. Uma teoria do turismo (1958). In: Com raiva e paciência: ensaios sobre literatura, política e colonialismo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

FARIAS, Márcia Regina Calderipe. Confronto étnico entre turistas argentinos e moradores locais em Florianópolis – SC. Florianópolis, 2002. Projeto de Tese (Doutorado em Antropologia Social), Universidade Federal de Santa Catarina.

FARIAS, Márcia R. C. ; GUIMARÃES, Vera M. De Desterro a Floripa: o turismo como um elemento de transformação da cidade de Florianópolis. Artigo apresentado no XI Congresso Brasileiro de Sociologia, 01 a 05 de setembro de 2003, Campinas-SP.

FARIAS, Márcia R. C. ; GUIMARÃES, Vera M. Teorias sociológicas contemporâneas e a dimensão do turismo como expressão sociocultural. Artigo apresentado no XI Congresso Brasileiro de Sociologia, 01 a 05 de setembro de 2003, Campinas/SP.

FARIAS, Márcia R. C. ; GUIMARÃES, Vera M. Uma reflexão sobre “turismo” e pesquisa nas Ciências Sociais. Artigo apresentado no VI Congresso Internacional de Turismo da Rede Mercocidades, 12 a 15 de setembro de 2004, Porto Alegre-RS.

FEATHERSTONE, Mike (org.). O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 1997.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. Os lugares improváveis. In: YÁZIGI, Eduardo (org.). Turismo e paisagem. São Paulo: Contexto, 2002.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário Aurélio básico da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira; São Paulo: Folha de São Paulo, encarte em 19 fascículos, out/94 a fev/95.

FERREIRA, Sérgio Luiz. O banho de mar na ilha de Santa Catarina. Florianópolis: Ed. das Águas, 1998.

FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1995.

FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir: história da violência nas prisões. Petrópolis: Vozes, 1996.

FRADIQUE, Teresa. Fixar o movimento nas margens do rio: duas experiências de construção de um objecto de estudo em terreno urbano em Portugal. In: VELHO, Gilberto, KUSCHNIR, Karina (Orgs.). Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

FRANKLIN, Adrian. The tourist gaze and beyond; an interview with John Urry, Tourist Studies. v. 1(2), p. 115-131, 2001.

FRANKLIN, Adrian. The tourist syndrome; an interview with Zigmunt Bauman, Tourist Studies. v. 3(2), 205-217, 2003.

FRIDMAN, Luis Carlos. Vertigens pós-modernas: a subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

GALANI-MOUTAFI, Vasiliki. The self and the other; traveler, ethnographer, tourist. Annals of Tourism Research, v. 27, n.1, p. 203-224, 2000.

GALANI-MOUTAFI, Vasiliki. A critical analysis of subjectivity. Annals of Tourism Research, v. 28, n. 3, p. 808, 2001.

GASTAL, Susana (Org.). Turismo: 9 propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: Editora Dos Autores, 1998.

GIDDENS, Anthony. As consequências da modernidade. São Paulo: Editora da UNESP, 1991.

GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GIDDENS, Anthony. A constituição da sociedade. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

GIDDENS, Anthony. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: GIDDENS, Anthony; BECK, Ulrich; LASH, Scott . Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: UNESP, 1997.

GRABURN, Nelson. Tourism: the sacred journey. In: Valene L. Smith (ed). Hosts and guests: the anthropology of tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azeredo. Turismo e o “resgate” da cultura pataxó. In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETO, Margarita (Orgs.). Turismo e identidade local: uma visão antropológica. Campinas: Papirus, 2001.

GUIA GAY BRASIL. Disponível em: <<http://www.guiagaybrasil.com.br>>

GUIA GEOGRÁFICO. Mapas de Santa Catarina. Disponível em: <<http://www.mapas-sc.com/litoral.htm>>

GUIMARÃES, Maurício Iost. Entre o lazer e a frustração: a diferença está na qualidade dos serviços. Dissertação de Mestrado, Engenharia de Produção. Florianópolis, UFSC, 2002.

GUIMARÃES, Vera Maria. Encontros turísticos: reflexões sobre o turismo através da subjetividade do turista. Artigo apresentado na VI Reunião de Antropologia do Mercosul, Montevideu, Uruguai, 16,17 e 18 de novembro de 2005.

HELD, David ; McGREW, Anthony. Prós e contras da globalização. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

GÜTTLER, Maria Aparecida Castro. A comunicação do turismo em Florianópolis. Florianópolis, 2002. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal de Santa Catarina.

HABERMAS, Jurgen. Modernidad; un proyecto incompleto. Punto de Vista, Buenos Aires, n° 21, 1984, p. 27 a 31.

HANNERZ, Ulf. Cosmopolitas e locais na cultura global. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Studio Nobel , SESC, 1997.

HARVEY, David. Condição pós-moderna. 6ª ed. São Paulo: Loyola, 1996.

HELD, David; McGREW, Anthony. Prós e contras da globalização. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

IANNI, Octavio. A era do globalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996a.

IANNI, Octavio. A sociedade global. 4ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996b.

IANNI, Octavio. A metáfora da viagem. In: Enigmas da modernidade-mundo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

IGNARRA, Luiz Renato. Antecedentes históricos; Conceitos básicos de turismo. In: Fundamentos do turismo. São Paulo: Pioneira, 1999.

ITALIANO E PORTUGUÊS LIDERAM TURISMO SEXUAL NO NORDESTE. FolhaOnline/Turismo, 26/12/2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u5441.shtml>>

JAFARI, Jafar. Tourism models: the sociocultural aspects. Tourism Management, june, 1987.

KNAFOU, Remy. Turismo e território. Para um enfoque científico do turismo. In: Adyr A. B. Rodrigues (org.). Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1999a.

KOHN, Tamara. Island involvement and the evolving tourist. In: ABRAM, Simone; WALDREN, Jacqueline; MACLEOD, Donald V.L. (Ed.). Tourists and tourism; identifying with people and places. Oxford, New York: Berg, 1997.

KRIPPENDORF, Jost. Tourism in the system of industrial society. Annals of Tourism Research. v. 13, p.517-532, 1986.

KRIPPENDORF, Jost. Sociologia do turismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

KRIPPENDORF, Jost. Cartão vermelho ao turismo? 10 princípios e desafios para um desenvolvimento sustentável do turismo no século 21. Conferência, Oficina de Turismo, Fórum Social Mundial, 2002, Porto Alegre-RS.

LABATE, Beatriz Caiuby: A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Orgs.). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas: Papius, 2000.

LAGO, Mara Coelho de Souza. Memória de uma comunidade que se transforma: de localidade agrícola-pesqueira a balneário. Florianópolis, 1983. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais, Antropologia), Universidade Federal de Santa Catarina.

LAGO, Mara Coelho de Souza. Modos de vida e identidade: sujeitos no processo de urbanização da ilha de Santa Catarina. Florianópolis: Editora da UFSC, 1996.

LAGO, Paulo Fernando. Florianópolis: a polêmica urbana. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes, 1996.

LASH, Scott; URRY, John. Mobil objects; Mobility, modernity and place; Reflexive objects. In: LASH, Scott; URRY, John. Economies of signs & space. London: Sage Publications, 1994.

LEIS, Héctor Ricardo. Sobre o conceito de interdisciplinaridade. Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas. Florianópolis, n. 73, agosto, 2005.

LEITE, Ilka Boaventura. As fronteiras do exótico: o antropólogo e o viajante. In: ANTELO, Raul (Org.). Identidade e representação. Florianópolis: Ed. UFSC, 1994.

LISBOA, Armando de Melo. Construindo uma identidade insular em um mundo que se globaliza: o jeito manezinho de ser. In: DIEGUES, Antônio Carlos (org.). Ilhas e sociedades insulares. São Paulo: NUPAUB- USP, 1997.

LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Urbanização turística: um novo nexo entre o lugar e o mundo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Orgs.). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas: Papirus, 2000.

LUCHIARI, Maria Tereza; SERRANO, Célia. Turismo e meio ambiente no Brasil, versão preliminar, mimeo, 2002.

LYON, David. Pós-modernidade. São Paulo: Paulus, 1998.

LOPES JÚNIOR, Edmilson. População e meio ambiente nas paisagens da urbanização turística do Nordeste: o caso de Natal. In: TORRES, Haroldo; COSTA Heloisa (Orgs.). População e meio ambiente: debates e desafios. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

MACCANNELL, Dean. The tourist: a new theory of the leisure class. Berkeley: University of California Press, 1999.

MACEDO, Silvio Soares; PELLEGRINO, Paulo R. Mesquita. Do Éden à cidade — transformação da paisagem litorânea brasileira. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani; CRUZ, Rita de Cássia da. (Orgs.). Turismo, espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

MACHADO, Ewerton Vieira. Florianópolis, um lugar em tempo de globalização. São Paulo, 2000. Tese de Doutorado (Geografia) - Universidade de São Paulo.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Discurso e representação, ou de como os baloma de kiriwina podem reencarnar-se nas atuais pesquisas. In: CARDOSO, Ruth (Org.). A aventura antropológica: teoria e pesquisa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

MALDONADO, Simone Carneiro. Georg Simmel: uma apresentação. In: Revista política e trabalho. Universidade Federal da Paraíba, Paraíba. n.º 12, set/1996, p. 05-09. Versão eletrônica: Disponível em: <<http://www.ccla.ufpb.br/politicaetrabalho/>>

MARSHALL, Berman. Modernidade ontem, hoje, amanhã. In: Tudo o que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

MARTINS, João Batista. Marolas antropológicas: identidade em mudança na praia do Santinho. Florianópolis, 1995. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. Manifesto do Partido Comunista. São Paulo: Global Editora, 1981.

MCINTOSH, Robert W. *Sociology of tourism; Tourism psychology and motivation*. In: *Tourism, principles, practices, philosophies*. Ohio: Grid Inc., 1977.

MEETHAN, Kevin. *Tourism in global society: place, culture, consumption*. Palgrave Publishers Ltd., 2001.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. *A paisagem como fato cultural*. In: YÁZIGI, Eduardo (org.). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002.

MINGORI, Jussara. *O desenvolvimento turístico na ilha de Santa Catarina: dos percalços do turismo massivo às proporções de um turismo sustentável — a análise do projeto ambiental sul*. Dissertação de Mestrado. Programa de Mestrado em Sociologia Política, Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

MOTTA, Valter; HESSELN, Ligia; GIALDI, Silvestre. *Normas técnicas para apresentação de trabalhos científicos*. Porto Alegre: Editora Médica Missau, 1999.

NASH, Dennison. *On travelers, ethnographers and tourists*. *Annals of Tourism Research*, v. 28, n. 2, p. 493-496, 2001.

NASH, Dennison. *Tourism as a form of imperialism*. In: SMITH, Valene L.(ed.). *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.

NETO, Luis Moretto. *A atividade turística e o desenvolvimento sustentado. Estudo de caso: o balneário dos Ingleses e o Projeto Costa Norte - Ilha de Santa Catarina, no período 1960-1990*. Florianópolis, 1993. Dissertação (Mestrado em Geografia), vol I. Universidade Federal de Santa Catarina.

NUÑEZ, Theron. *Tourist studies in anthropological perspective with Epilogue by James Lett*. In: SMITH, Valene L.(ed.). *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.

OLABUENAGA, José Ignacio Ruiz. *La nuevas formas del turismo moderno y la democratización del tiempo y del espacio*. In: *Escuela de Turismo. Turismo y tiempo libre: actividades, métodos y organización*. Bilbao: Universidad de Deusto, 1995.

OLIVEIRA, Maria da Conceição de. *Representações sociais do turismo na Praia do Campeche - Ilha de Santa Catarina: por uma abordagem interdisciplinar*. Tese de Doutorado. Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Florianópolis: UFSC, 2003.

OLIVEIRA, Roberto. *Férias na areia*, Revista da Folha, Especial Turismo, 21.11.2004. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/revista/rf2111200415.htm>>

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. *O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever*. Revista de Antropologia. São Paulo: USP, 1996, v.39,nº 1.

ORTIZ, Renato. *Um outro território: ensaio sobre a mundialização*. 2ª ed. ampl. São Paulo: Olho D'Água, 1999.

OURIQUES, Helton Ricardo. Turismo em Florianópolis: uma crítica à indústria pós-moderna. Florianópolis: Editora da UFSC, 1998.

OURIQUES, Helton Ricardo. A produção do turismo: fetichismo e dependência. Tese de Doutorado. Universidade Estadual Paulista, Campus de Presidente Prudente, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2003.

PAIVA, Maria das Graças de Menezes V. Sociologia do turismo. Campinas: Papirus, 1995.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FLORIANÓPOLIS. Disponível em: <<http://www.pmf.sc.gov.br/turismo/#>>

PORTAL BRASILEIRO DE TURISMO. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/site/br/home/index.php>>

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Consumo e espaço: turismo, lazer e outros temas. São Paulo: Roca, 2001.

REJOWSKI, Mirian. Turismo e pesquisa científica. 3ª ed. Campinas: Papirus, 1999.

RIAL, Carmen Silvia. Elementos para se pensar o turismo e as viagens hoje. Mimeo., s/d.

RIAL, Carmen Silvia. Mar-de-dentro: a transformação do espaço social na Lagoa da Conceição. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre, UFRGS, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 1988.

RIAL, Carmen Silvia. Os charmes dos fast-foods e a globalização cultural, Antropologia em Primeira Mão. Nº7, Florianópolis: UFSC, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 1995.

RIAL, Carmen Silvia. Pesquisando em uma grande metrópole: fast-foods e *studios* em Paris, in: VELHO, Gilberto, KUSCHNIR, Karina (orgs.). Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

RITZER, George, LISKA, Allan. “McDisneyization” and the “post-tourism”; complementary perspectives on contemporary tourism. In: ROJEK, Chris, URRY, John (ed.). Touring cultures: transformations of travel and theory. London: Routledge, 2000.

ROCHA, Luciana Sandrini. Turismo e produção do espaço urbano. Dissertação de Mestrado em Geografia. Florianópolis: UFSC, 2001.

RODRIGUES, Adyr B. (Org.) Turismo. Modernidade. Globalização. São Paulo: HUCITEC, 1997.

RODRIGUES, Adyr B. (Org.) Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. 2ª ed. São Paulo: HUCITEC, 1999a.

RODRIGUES, Adyr B. (Org.) Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar. 2ª ed. São Paulo: HUCITEC, 1999b.

RODRIGUES, Adyr B. (Org.) Turismo: desenvolvimento local. São Paulo: HUCITEC, 2000.

ROJEK, Chris. Indexing, dragging and the social construction of tourist sights. In: ROJEK, Chris, URRY, John (ed.). Touring cultures: transformations of travel and theory. London: Routledge, 2000.

ROJEK, Chris, URRY, John. Transformations of travel and theory. In: ROJEK, Chris, URRY, John (ed.). Touring cultures: transformations of travel and theory. London: Routledge, 2000.

ROSA, José Armando Marques. Turismo social: um estudo de caso na Costa da Lagoa - Florianópolis. Dissertação de Mestrado. Engenharia de Produção. Florianópolis, UFSC, 2002.

ROSS, Glenn F. A motivação e o turista. In: Psicologia do turismo. São Paulo: Contexto, 2001.

SANTUR. SANTA CATARINA TURISMO S/A. Disponível em:
<<http://www.sol.sc.gov.br/santur>>

SANTOS, Cristina Silveira Ulisséia. Planejamento turístico e seus reflexos no processo de urbanização nas praias de Canasvieiras e Jurerê Internacional. Dissertação de Mestrado em Geografia, Florianópolis: UFSC, 1993.

SANTOS, Jerri dos. Qués que yo leve, yo levo: uma visão do ilhéu no sul da ilha de Santa Catarina. Florianópolis, 1997. Trabalho de Conclusão (Curso de História). Universidade Federal de Santa Catarina.

SCHMEIL, Lilian. "Alquila-se una isla": turistas argentinos em Florianópolis. Florianópolis, 1994. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina.

SERRANO, Célia . Poéticas e políticas das viagens. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Orgs.). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas: Papirus, 2000.

SILVA, Benedicto (Coord.). Dicionário de ciências sociais. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1986.

SILVA, Yolanda Flores e. Pobreza, violência e crime — conflitos e impactos sociais do turismo sem responsabilidade social. In: BANDUCCI JR.; Álvaro; BARRETO, Margarita (Orgs.). Turismo e identidade local: uma visão antropológica. Campinas: Papirus, 2001.

SILVEIRA, Flávio Leonel Abreu da. Pelas trilhas da ilha de Santa Catarina: ecoturismo e aventura. Florianópolis, 1996. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina.

SIMMEL Georg. O estrangeiro. In: MORAES FILHO, Evaristo de. Simmel. Col. Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1983.

SIMMEL Georg. A filosofia da paisagem. In: Revista política e trabalho. Universidade Federal da Paraíba, Paraíba. n° 12, set/1996, p. 14-24. Versão eletrônica. Disponível em: <<http://www.ccla.ufpb.br/politicaetrabalho/>>

SIMMEL Georg. A ponte e a porta. In: Revista política e trabalho. Universidade Federal da Paraíba, Paraíba. n° 12, set/1996, p. 10-14. Versão eletrônica. Disponível em: <<http://www.ccla.ufpb.br/politicaetrabalho/>>

SMITH, Valene L.(ed.). Hosts and guests: the antropology of tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.

SMITH, Valene L. Introdution. In: Valene L. Smith (ed.). Hosts and guests: the antropology of tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.

SOARES, Cláudia Gonçalves. Aspects of the image of Santa Catarina in travel advertisements: a critical discourse analyses. Florianópolis, 1999. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal de Santa Catarina.

SOUSA, Antonio Alvarez. El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Barcelona: Bosch, Casa Editorial, 1994.

SOUZA, Ângela Maria de. Movimento do RAP em Florianópolis; a ilha da magia é só da ponte prá lá. Artigo apresentado no I Simpósio de Pesca e Turismo. Florianópolis, NAVI, GAUM, UFSC, 09 e 10 de dezembro, 2005.

STACHUK, Mayra. Turismo sexual envolve amor, sonho de casamento e ascensão. Entrevista a Adriana Piscitelli. Folha de São Paulo, 31 de janeiro de 2005. Folha Brasil. Versão on-line. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc3101200514.htm>>

TAYLOR, Charles. As fontes do self: a construção moderna da identidade moderna. São Paulo: Loyola, 1997.

TOURAINE, Alain. Uma visão crítica da modernidade, Cadernos de sociologia, nº 5, PPGS/UFRGS, 1993.

TRIGO, Luiz G. G. A sociedade pós-industrial e o profissional do turismo. 2° ed. Campinas: Papyrus, 1999a.

TRIGO, Luiz G. G. Turismo e qualidade: tendências contemporâneas. 5ª ed. Campinas: Papyrus, 1999b.

TUAN, Yi-Fu. Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980.

TURNER, Victor. O processo ritual: estrutura e anti-estrutura. Petrópolis: Vozes, 1974.

URRY, John. Tourism, Europe and identity; Tourism, travel and the modern subject. In: Consuming places. Routledge: London, 1995.

URRY, John. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 1996.

URRY, John. Mobile cultures (draft). Published by the Department of Sociology, Lancaster University at. Disponível em: <<http://www.comp.lancaster.ac.uk/sociology/soc030ju.html>>

URRY, John. Travellings. In: Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century. Rotledge: Londo, 2000.

VEBLEN, Thorstein. A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

VELHO, Gilberto. Unidade e fragmentação em sociedades complexas; Trajetória individual e campo de possibilidades. In: Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

VELHO, Gilberto, KUSCHNIR, Karina (orgs.). Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. Disponível em:
http://www.worldtourism.org/espanol/statistics/tsa_project/basic_references/castellano/A.11113/07/2004.

YÁZIGI, Eduardo. Turismo: uma esperança condicional. 2ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Global, 1999.

YÁZIGI, Eduardo. O território — sua história, seu retrato. In: A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto, 2001.

YÁZIGI, Eduardo (Org.). Turismo e paisagem. São Paulo: Contexto, 2002.

YÁZIGI, Eduardo, CARLOS; Ana Fani; CRUZ, Rita de Cássia da. (Orgs.). Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

ZALUAR, Alba. Teoria e prática do trabalho de campo: alguns problemas. In: CARDOSO, Ruth (Org.). A aventura antropológica: teoria e pesquisa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

ZANELA, Cláudia Cristina. Atrás da porta: o discurso sobre turismo na ilha de Santa Catarina (1983-1998). Dissertação de Mestrado de História. Florianópolis, UFSC, 1999.

ZELDIN, Theodore. Uma história íntima da humanidade. Rio de Janeiro: Record, 1997.

APÊNDICE

Classificação dos entrevistados

Foram entrevistados 20 turistas na Barra da Lagoa e dois na Praia Mole/Galheta. As questões são abertas e semi-estruturadas. Foram usados quatro tipos de roteiros, que contêm um eixo comum, variando o número de questões e a duração das entrevistas. Os roteiros foram sendo reorganizados à medida que se percebia que certas perguntas não suscitavam um bom entendimento e informações adequadas (por exemplo, nesse segundo caso, respostas muito lacônicas ou vagas).

As pessoas foram sendo entrevistadas aleatoriamente, a maior parte delas à beira-mar, em distintos pontos da praia, procurando-se buscar um equilíbrio entre homens e mulheres, uma certa diversidade na faixa etária, no tipo de procedência e nas situações de viagem, neste caso, em relação aos acompanhantes: solitários(as), casais, famílias, amigos.

Os dados a seguir não incluem aqueles que não estavam hospedados na Barra da Lagoa, perfazendo um total de 19 pessoas. Também não incluem dados de pessoas que participaram das entrevistas acompanhando o entrevistado(a) principal, como no caso de um grupo de jovens de diferentes locais de procedência, que se manifestaram conjuntamente com a entrevistada principal (contudo, para fins da análise qualitativa mais ampla, todos os depoimentos são considerados).

As classificações estão discriminadas conforme os perfis de pessoas encontradas, o que significa que, aleatoriamente, certos tipos de perfis, não estiveram configurados, por exemplo, os mais jovens tinham 21 anos. Também não encontramos, entre os entrevistados, ninguém com escolaridade inferior ao segundo grau (ensino médio), assim como, casualmente, não se encontram, entre os entrevistados, pessoas com 60 anos ou mais (embora,

a Barra da Lagoa seja considerada uma praia adequada para famílias, segundo depoimentos e as observações). Encontrou-se, principalmente, o turista mais jovem e de faixa etária entre 35 a 50 anos.

DADOS

I - SEXO

a) Masculino: 10

b) Feminino: 09

II - IDADE

a) 18 a 23: 5 (3 = F; 2 = M)

b) 24 a 29: 1 (M)

c) 30 a 35: 5 (2 = F; 3 = M)

d) 36 a 41: 2 (M)

e) 42 a 47: 1 (F)

f) 48 a 53: 3 (2 = F; 1 = M)

g) 54 a 59: 2 (1 = F; 1 = M)

III - ESCOLARIDADE

a) segundo grau completo: 5 (3 = M; 2 = F)

b) terceiro grau incompleto (estudantes universitários): 5 (2 = M; 3 = F)

c) terceiro grau completo: 6 (3 = M; 3 = F)

d) Pós-graduado: 3 (2 = M; 1 = F)

IV - ATIVIDADES DE TRABALHO

Foram encontrados os seguintes tipos de atividades de trabalho, sendo que alguns exercem mais de um tipo de atividade.

- empresário
- trabalho em ONGs
- aposentada
- dona-de-casa
- analista de sistemas
- estudante (malabarista de fogos, quando viaja)
- funcionário público (2 pessoas)
- professor (4 pessoas)
- advogado
- proprietário de loja (antigüidades)
- trabalhador do setor automobilístico
- médico
- trabalhador rural
- assistente administrativa
- comércio exterior
- *em período de transição (2 pessoas)

(* Refere-se a jovens que estão num período de término de alguma atividade, para, depois das férias, iniciarem outro tipo de atividade, seja do tipo profissional ou de estudo).

V - LOCAL DE ORIGEM

Foram encontrados os seguintes lugares de procedência:

1. Procedência nacional: total = 10

1.1) Rio Grande do Sul - Porto Alegre: 4

1.2) Rio Grande do Sul - interior: 3

1.3) São Paulo - capital: 1

1.4) Rio de Janeiro - capital: 1

1.5) Mato Grosso - capital: 1

2. Procedência internacional: total = 9

2.1. América Latina: total = 3

2.1.1) Argentina - Buenos Aires: 2

2.1.2) Argentina - interior: 1

2.2. América do Norte: Estados Unidos da América: 1

2.3. Outros continentes: total = 6

2.3.1) Israel: 2

2.3.2) Holanda: 1

2.3.3) Dinamarca: 1

2.3.4) Japão: 1

Obs.: Em relação à procedência nacional, os gaúchos continuam sendo em maior número, em parte pela localização geográfica, mas também em função de questões mais históricas, relacionadas ao desenvolvimento da ilha, particularmente pela vinda de mão-de-obra para trabalhar em instituições públicas estatais, conforme descrito em alguns trabalhos de dissertação de mestrado e doutorado.

O elemento diferencial, nos últimos anos, parece ser o crescimento de turistas estrangeiros, não latino-americanos (pois os argentinos, por exemplo, são tradicionais, há muitos anos), incluindo a diversidade de procedências dos mesmos, sendo curioso o grande número de

turistas israelenses encontrados no verão de 2003, não tendo sido possível detectar um motivo em comum para terem escolhido a Barra da Lagoa.

VI - ACOMPANHANTES

- a) Sozinho(a): 4
- b) Com o parceiro(a): 4
- c) Com família: 5
- d) Com família e amigo(s): 1
- e) Com amigo(s): 4
- f) Com amigo(s) e colega de trabalho: 1

Obs.: Esses dados dizem respeito ao processo de viagem até a chegada ao destino, o que não significa que, estando na Barra da Lagoa, algumas dessas pessoas não se juntassem a outras para dividirem aluguel ou compartilharem da companhia (entre parentes, amigos ou novos amigos).

VII - TIPO DE HOSPEDAGEM

- a) casa: 7
- b) apartamento ou pousada: 11
- c) *camping*: 1

Obs.: Na Barra da Lagoa, encontramos dois pequenos hotéis e predominantemente casas para aluguel, apartamentos (quarto, banheiro e cozinha) e pousadas (algumas oferecem quartos com cozinha e banheiro, portanto, o modelo apartamento também pode ser encontrado em pousadas). Há também a possibilidade de *camping*. Há muitas casas para alugar na temporada de verão, mas o número de pousadas tem crescido significativamente.

VIII - INDICAÇÃO DA BARRA DA LAGOA

- a) Amigos e/ou parentes: 7
- b) Desconhecidos: 3
- c) Guias turísticos (livros) ou *internet*: 2
- d) Acaso: 2
- e) Outros: 1

Obs.: Consideram-se os que estão se hospedando pela primeira vez no local. Em alguns casos, encontramos mais de um tipo de indicação, por exemplo, indicação de desconhecido junto com consulta a um guia turístico. Os dados da Santur, que podem ser acessados eletronicamente, indicam que o principal meio de propaganda para visitar a ilha é a influência de amigos (mais de 60%).

IX - RECORRÊNCIA DA VISITA (hospedagem na praia em questão)

- a) 1ª vez: 12
- b) 2ª vez: 3
- c) 3ª vez: 2
- d) 4ª vez ou mais: 2

Obs: Dos que se hospedaram pela primeira vez na Barra, 5 pessoas já passaram temporada em Florianópolis ou já conheciam a Barra da Lagoa, o que se deduz que, das 19 pessoas em questão, 12 que conheciam Florianópolis, voltaram a ilha. Os dados da Santur indicam, nesse sentido, que a maioria dos turistas em Florianópolis (mais de 60%) não estão visitando a capital pela primeira vez, e a maioria também afirma pretender voltar.

X- TEMPO DE PERMANÊNCIA

Na maioria dos casos, temos uma média que varia de 07 a 10 dias de permanência, no caso, na Barra da Lagoa.

a) 03 a 04 dias: 3 pessoas

b) 07 dias: 05 pessoas

c) 10 a 12 dias: 07 pessoas

d) 15 dias: 01 pessoa

e) 28 dias: 01

f) 40 dias: 01

Obs.: um entrevistado não declarou.

XI - DESEJO DE VOLTAR A BARRA DA LAGOA

Dos que declararam se voltariam à Barra da Lagoa, 06 afirmaram que sim, 02 que não, e 02 que não sabiam ao certo. Dentre as afirmações negativas, uma pessoa, declarou não querer voltar, por se sentir desconfortável na forma de tratamento pelos locais, e outra por ser estrangeira, de um país muito longínquo, portanto, predomina, potencialmente, a possibilidade de volta e, portanto, uma imagem positiva do lugar.

XII - MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

Esse dado não foi perguntado a todos os entrevistados. Embora pudesse constar do roteiro de entrevista, nem sempre foi solicitado, inclusive por não ser considerado necessário, pois cabe levar em conta que o meio de transporte utilizado para chegar ao local de destino e o meio de transporte utilizado durante a permanência no local não são necessariamente os mesmos.

Dos entrevistados que citaram o meio de transporte utilizado, poucos dispunham de carro no local, o que levou alguns deles a comentarem sobre as dificuldades de passear pela ilha (uma

das entrevistadas, em particular, foi muito enfática a respeito, queixando-se diversas vezes sobre a precariedade do transporte coletivo em Florianópolis, basicamente, em relação aos itinerários e horários, dificultando o deslocamento entre as praias), sendo que aqueles que ou foram com carro próprio, ou alugaram algum carro, em geral, passaram menos tempo na Barra, pois, devido às várias possibilidades de praias, é comum que as pessoas circulem pela ilha.